

Luiz Signates

O EVENTO ALÉM DAS GRADES

**Um estudo sócio-interacionista e fenomenológico da comunicação
a partir das programações de rádio e TV**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: *Prof. Dr. Murilo César Ramos*

Brasília

Faculdade de Comunicação – UNB

1998

Dissertação defendida no Departamento de Mestrado da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, em 22 de Janeiro de 1998, e aprovada pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Prof^o Dr. Murilo César Ramos — *Orientador*

Prof^o Dr. Luís Martins da Silva

Prof^o Dr. Sadi dal Roso

Prof^o Dr. Sérgio Dayrell Porto

Dedicatória

À Lena,

cujos carinho e paciência têm sido a base de tudo.

Aos meus filhos

Lucas, Elisa e César,

que me dão sentido à vida.

Ao meu pai

Natanael,

e às minhas muitas *mães*

Edna e Lindalva, Ítala e Iêlita,

que me deram a existência e o que nela contém.

E aos professores, cuja influência me tem sido decisiva:

Delfino da Costa Machado, de quem me fiz um filho pródigo;

Francisco Eduardo Ponte Pierre, em nome do apoio com que sempre contei;

Murilo César Ramos, orientador deste trabalho, de quem me fiz amigo e admirador; e

Lavina Madeira Ribeiro, pela atenção intelectual e afetiva.

Agradecimentos

Minha gratidão sincera aos amigos que, além do Orientador, leram partes dos originais e auxiliaram no aprimoramento desta Dissertação, especialmente a

Weber Lima

Lavina Madeira Ribeiro

Luís Martins da Silva e

José da Costa Mota

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA	5
AGRADECIMENTOS	6
SUMÁRIO.....	7
RESUMO	10
ABSTRACT	11
INTRODUÇÃO	13
 PARTE I - O VÔO E A VALIDADE.....	 18
1. POSTURA EPISTEMOLÓGICA.....	19
<i>1.1 Comunicação e cientificidade.....</i>	<i>20</i>
<i>1.2 Epistemologia da Incompletude.....</i>	<i>27</i>
<i>1.3 Teoria retórica da ciência</i>	<i>41</i>
2. POSTURA METODOLÓGICA.....	47
<i>2.1 O duplo objeto: um modo de conexão entre teoria e prática.....</i>	<i>47</i>
<i>2.2 A metáfora como caminho do dizer múltiplo</i>	<i>52</i>
<i>2.3 O método deste trabalho, até onde foi possível... ..</i>	<i>59</i>
 PARTE II - PROGRAMAÇÃO, UMA PAISAGEM MÚLTIPLA.....	 72
3. OS CONCEITOS DE PROGRAMAÇÃO.....	73
<i>3.1 As grades</i>	<i>77</i>
<i>3.2 Os ritos.....</i>	<i>81</i>
<i>3.3 A prática discursiva</i>	<i>90</i>
<i>3.4 O evento</i>	<i>103</i>
4. OS GÊNEROS E FORMATOS E AS TENDÊNCIAS PROGRAMÁTICAS.....	111
 PARTE III - AS TENDÊNCIAS PROGRAMÁTICAS NA GLOBALIZAÇÃO	 125
5. GLOBALIZAÇÃO COMO CONTEXTO	126
<i>5.1 A marca da globalização: o território se torna uma metáfora</i>	<i>128</i>

6. GLOBALIZAÇÃO CONTEMPORÂNEA DAS COMUNICAÇÕES:	
INSTITUCIONALIZAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS.....	138
6.1 A conformação institucional das comunicações.....	139
6.2 As novas tecnologias e a “globalização informativa”.....	147
7. A DIALÉTICA DA GLOBALIZAÇÃO NAS COMUNICAÇÕES: HOMOGENEIZAÇÕES	
VERSUS HETEROGENEIDADES	151
7.1 Globalização e segmentação nas programações de rádio e tv.....	152
7.2 Globalização e interatividade nas programações de rádio e televisão	158
PARTE IV - A INTERSUBJETIVIDADE DAS PROGRAMAÇÕES.....	161
8. GRADES COMO FAIXAS DE CONTROLE	162
9. A INSTRUMENTALIZAÇÃO DAS RELAÇÕES PROFISSIONAIS	165
10. O ESTADO E SEUS DUPLOS.....	175
10.1 - O Estado é dono do “éter” ou do espectro eletromagnético.....	177
10.2 - O Estado é operador.....	182
10.3 – O Estado é produtor.....	186
10.4 – O Estado é cliente	194
10.5 – O Estado é fonte privilegiada de informação	196
10.6 – O Estado é instância interventora e mediadora.....	199
10.7 – O Estado é prestador de serviços.	203
11. PROGRAMAÇÃO RELIGIOSA: ENTRE O ESTRATÉGICO E O COMUNICATIVO	205
12. PROGRAMAÇÃO E JORNALISMO: A NOTÍCIA NAS PROGRAMAÇÕES	217
13. A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO DA MÚSICA NA COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	233
13.1 – Conceituação filosófica: da revelação divina às técnicas expressivas.....	234
13.2 – O valor artístico e dos critérios de legitimidade: modernidade e autonomização da arte.....	237
13.3 – A estética da pós-modernidade: globalização e fragmentação na arte musical.....	244
13.4 – A música brasileira: das festas para os media, um recorte geral.....	251
13. 5 – A música e as programações de rádio e televisão	259
14. REPETIÇÃO, PUBLICIDADE E PROMOÇÕES: TAUTISMO?	270
15. O IMAGINÁRIO DAS PESQUISAS.....	277
16. HIPÓTESES SOBRE RECEPÇÃO E PARTICIPAÇÃO: A PROGRAMAÇÃO COMO	
EVENTO	283

PARTE V - CONCLUSÃO.....	288
O EVENTO, ALÉM DAS GRADES.....	289
 BIBLIOGRAFIA	301
 ANEXO	313
GRADES DE PROGRAMAÇÃO	314

RESUMO

Este trabalho critica a abordagem estrutural-funcionalista de *programação*, a partir da metáfora da “grade” ou do “mapa”, e propõe a adoção da definição de veiculação periódica concreta das emissoras de rádio e televisão. Nesse sentido, analisa outros arranjos conceituais, tais como o de programação como *rito*, *prática discursiva* e, finalmente, *evento*, a partir da combinação da anfibologia contida nessa palavra, que reúne num mesmo ato, o sentido teleológico das ações institucionais e o não teleológico da tradição fenomenológica. Tal combinação possibilita uma abordagem intersubjetivista do fenômeno programático, que passa, então, a ser visto como complexa relação entre agentes sociais distintos. Daí, critica-se, também, as classificações, estruturadas em gêneros e formatos, a partir de critérios funcionalistas, adotando-se, em seu lugar, a busca por *tendências programáticas*, relacionadas a macro-contextos sociais e a processos de mediação e negociação de sentido. Tal contextualização toma a globalização como referencial analítico, especialmente os movimentos de homogeneização que a caracterizam, frente às heterogeneidades implícitas nas realidades sociais; a dinâmica das novas tecnologias, como uma das materialidades do processo globalizante; e o desenvolvimento, neste século, da institucionalização moderna das comunicações. Nesse contexto, segmentação e interatividade despontam como os dois principais sentidos das programações, tendentes, respectivamente, às homogeneizações e às heterogeneidades. A leitura empírica de programações de rádio e TV em Goiânia mostrou, entre outros aspectos, sobretudo que as relações entre os diversos agentes são vinculadas ainda a lógicas estratégico-instrumentais incompletas, confirmando a proposição habermasiana da natureza ambivalente das instituições de comunicação, situadas na zona discursiva intermediária, entre sistema e mundo da vida, sendo este último o sentido hipotético dos processos de recepção. Essa constatação conduz a uma proposição pluralista e democrática das comunicações, para cuja realização os diversos aspectos devem ser considerados, desde o que tange à propriedade das estruturas e meios, até os que implicam a participação ativa e atuante dos vários públicos conectados.

ABSTRACT

This work criticizes the structural-functionalist approach of radio and television *programming* in terms of a “grill” or a “map”, and proposes the definition of periodic and concrete emission on radio and television broadcasting companies. Therefore, it analyses another concepts of programming such as: *ritual*, *discursive practice* and *event*. Here, the “event” combines the amphibology of the teleological and the non-teleological meanings. So, an intersubjective approach of programmatic phenomenon is possible like a complex relationship between different social agents. It also criticizes the classifications, which have been based on genres and formats by functionalist criterias. Instead of this, it looks for the *programmatic tendencies*, linked to social macro-contexts and mediation and negotiation processes of meaning. This contextualization involves the globalization like a analytic referential, especially its characteristic of homogenization movement face of the implicit social heterogeneity of the reality; the new technologies, like a materiality of the global process; and the development, in this century, of the modern institutionalization of the communications. In this context, segmentation and interactivity are the principal meanings of the programmings linked to homogenization and heterogeneity, respectively. The research in radio and TV programming in Goiânia concluded that the relationship between different agents is incomplete strategic-instrumental logic. It confirms Habermas’s propose, about the ambivalent position of the communication institutions, that are between system and lifeworld (the last, at the reception processes). The final point is a democratic and pluralist proposition for the communication, in diverse meanings – from the property of structures and recourses to the active participation of the different publics who are connected.

“O resto de utopia que eu consegui manter é simplesmente a idéia de que a democracia – e a disputa livre por suas melhores formas – é capaz de cortar o nó górdio dos problemas simplesmente insolúveis. Eu não pretendo afirmar que iremos ser bem-sucedidos nesse empreendimento. Nós nem ao menos sabemos se é dada a possibilidade desse sucesso. Porém, pelo fato de não sabermos nada a esse respeito, devemos ao menos tentar. Sentimentos apocalípticos não produzem nada, além de consumir as energias que alimentam nossas iniciativas. O otimismo e o pessimismo não são as categorias apropriadas a esse contexto”.

Jürgen Habermas

(1991, p. 94)

INTRODUÇÃO

Este trabalho é resultado de uma série de preocupações, algumas delas intensamente vividas durante o período de vida profissional do autor, como jornalista e, posteriormente, como professor em Goiânia. Transformadas em perguntas, uniram-se tais preocupações às buscas e vertentes dos estudos teóricos desenvolvidos no Curso de Mestrado em Comunicação da Universidade de Brasília e ao retorno dessas meditações à vivência possível com o mundo empírico. E, enfim, tudo isso, misturado a algumas crenças (que trabalho com pretensão científica está livre delas?) e a muito esforço físico e mental, deu lugar a estas trezentas e poucas páginas de Dissertação e a outras cento e poucas deixadas para um momento futuro.

Este volume divide-se, claramente, em duas partes distintas, que – ao menos essa é a intenção – se unem por um fio tênue, porém firme. A parte primeira, e as restantes. Aquela, marcada por uma preocupação mais filosófica, dirigida a alguns posicionamentos epistemológicos, e que consideramos de alta relevância. Nesse sentido, é preciso confessar a influência de uma frase vinculada a um filósofo que, paradoxalmente, praticamente não é citado nesta Dissertação: Bachelard, o qual, segundo Hilton Japiassú (1976, p. 12) “... passou toda a sua vida interrogando os cientistas para que revelassem a filosofia de sua prática”. Buscamos, por isso, desenvolver um caminho epistemologicamente duplo: atendendo ao apelo do grande filósofo da ciência, abrir o próprio posicionamento filosófico e, ao fazê-lo, adotar uma filosofia aberta, caracterizada, dentro do possível por uma despretensão oriunda de um profundo respeito pela realidade, incognoscível sem a imperfeita instrumentalização dos arranjos e modelos teóricos, sempre frágeis, lacunares, porosos, imperfeitos e

incompletos. Daí, uma proposição limitadora, aqui denominada uma *epistemologia da incompletude*.

Estes caminhos, claro, não se trilharam sem riscos: uma abertura no sentido de tomada de posição e a linguagem por vezes propositiva com que isso é feito, são atitudes que podem sem dúvida parecer pretensiosas para um simples mestrando. É talvez o risco de outro interessante paradoxo: a proposição de despreensão soar eivada de pretensão, a uma interpretação intencionalista. Contudo – é preciso dizer –, isso foi inevitável, assim como não foi possível evitar a exposição com a clareza possível das dificuldades do percurso, contida no segundo capítulo. Uma inevitabilidade com certeza devida a uma certa crença habermasiana nas pretensões de veracidade e verdade de um ato comunicativo verbal autêntico – e o que mais pode perseguir uma proposição acadêmica?...

Outras foram as preocupações que, uma vez explicitados o pensamento epistemológico e os movimentos no complexo terreno do método, deram origem à exposição sobre os objetos (os quais, desde o início, foram consignados como dois). O objeto empírico – as programações de rádio e televisão – tem caráter conjuntural, oportunista até. Sua escolha registra a emergência, nessa época, das novas tecnologias das comunicações, cujos efeitos mais sensíveis têm sido a multiplicação dos canais e a alteração no relacionamento das emissoras e de seus públicos. Ambos os casos ressaltam a programação – o *totum* da veiculação periódica dessas instituições – como um objeto relevante, capaz, por vezes, de fazer desaparecer os recortes a que sempre fora submetida: seja na forma dos programas, seja na dos gêneros. Numa época de emergência da TV por assinatura e de modificações importantes de peças no tabuleiro das grandes corporações (Globo, SBT e Record mudaram os ocupantes da cadeira de “Diretor de Programação”, durante o período da pesquisa, malgrado a que tenha causado mais sensação foi, sem dúvida, a queda do Boni, o mais longo e bem sucedido na área), a programação pareceu ser um assunto propício.

Entretanto, uma preocupação menos transitória e, por isso mesmo, mais teórica, permeou a pesquisa e o trabalho, para ressaltar, em primeiro plano, no Projeto de Doutorado do autor: o estudo da relação interposta pela presença social das instituições de comunicação numa sociedade em transição pós-moderna, dentro de uma abordagem intersubjetivista complementada com as possibilidades abertas pela fenomenologia. Mesmo que mantido em segundo plano, ao longo desta Dissertação, o “objeto teórico” condicionou desde o início a visualização do “objeto empírico”. O mais visível desses condicionamentos se deu, sem dúvida, na insistência em se modificar, ampliando radicalmente, o próprio conceito de programação, abstraindo quase que inteiramente seu significado do consagrado senso comum profissional e acadêmico construído até então, para assumir a multiplicidade intersubjetiva dos agentes programáticos e, na constituição da esfera pública evidenciada na relação complexa com os “receptores”, inserir a noção fenomenológica de *evento*, ou acontecimento, como espaço de deriva e plurissemia, em que a programação hipoteticamente se torna, no instante e no fato da emissão.

Só então tornou-se possível descer aos detalhes, não sem antes buscar entretecer o cenário geral: a globalização, um conceito difuso referido à maximização do projeto expansionista do capitalismo, tendo como um de seus suportes as novas tecnologias das comunicações, cuja repercussão se dá dialeticamente, no âmbito das construções programáticas de sentido. Assim, revelam-se as programações como processos cíclicos de negociação entre os movimentos de homogeneização, ou de unificação de formatos e conteúdos, interpretações e modos de vida e consumo, e as condições irremediavelmente heterogêneas da experiência social. Nesse contexto, apresenta-se o conceito de mediação, cujo valor heurístico é extraordinário para o panorama explicativo e, dentro desse aspecto, dois mediadores são fundamentais: a segmentação, tendente à homogeneização; e a interatividade, tendente às heterogeneidades.

Resulta dessa paisagem ampla e complexa a descrição possível, nos limites assumidos de uma epistemologia da incompletude, do campo de pesquisa. São relatos entrecortados, reunidos tematicamente, costurados por pequenas teses gerais – como a da ambivalência comunicativo-estratégica das programações religiosas, ou a pluralidade de papéis ou *modos de desempenho de poder* do agente estatal e de seus partícipes, ou, ainda, a da reinterpretação do tautismo de Lucien Sfez ante a observação da publicidade... O estudo se concentra nos arranjos por vezes miúdos de uma realidade goiana esporadicamente entrevista, para migrar de volta a uma busca mais ampla por identificação ou retificação de posturas teóricas, quanto à relação específica da comunicação social. O objeto empírico esteve quase a serviço do objeto teórico, embora este se encontre relatado nas entrelinhas, meio estilisticamente.

A incompletude desta Dissertação, contudo, não se encontra tão somente em sua epistemologia, mas, igualmente, em seu caráter de trabalho de transição aos futuros estudos do autor em nível de Doutorado. Neste caso, como já foi dito, afunila-se com mais precisão o interesse pelo objeto teórico e concentra-se enfim na pesquisa empírica do agente propositadamente esquecido no Mestrado: o público. Certo, a ausência deste agente faz com que muitas das conclusões a respeito das programações resultem em meras hipóteses de trabalho. É, entretanto, inegável que o esforço de sua articulação foi obra nem sempre paciente de amadurecimento para um trabalho com o qual este autor muito tem sonhado. E, como sabia o mesmo Bachelard – especialmente o *noturno* –, segundo o mesmo Japiassú, “... nada pode ser estudado, conhecido, que não tenha sido antes sonhado” (1976, p. 11).

E, tudo isso, não apenas para que se cumpra um rito acadêmico de iniciação – a “obtenção do título de Mestre” – como é formalmente confessado na folha de rosto, mas para que algum conhecimento talvez possa ser ampliado e, especialmente, para que alguma contribuição surja no âmbito das discussões sobre o ideal democrático nas comunicações.

Porém, quanto a esta última esperança, é inviável a este mestrando considerá-la minimamente alcançada, sendo, mesmo, bastante improvável que isso de fato tenha ocorrido.

O esforço, contudo, foi incontestavelmente válido, sendo obrigatória uma manifestação de especial gratidão aos professores do Mestrado da Faculdade de Comunicação e do Mestrado/Doutorado do Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília, bem como aos colegas e amigos da “Turma de 1996”, cujas lembranças de aprendizado e convivência em regime de acentuada solidariedade serão sempre inesquecíveis.

Luiz Signates

em 03 de Janeiro de 1998.

PARTE I

O VÔO E A VALIDADE

1. Postura epistemológica

Este debate inicial tem grande importância para este trabalho, por ser introdutório da postura epistemológica e da busca metodológica do autor, sem as quais talvez não houvesse a suficiente clareza sobre o modo como se apreende o objeto de pesquisa. Todo estendimento de olhar implica um ponto de vista; toda descrição corresponde a um lugar de fala. E a explicitação desse *point d'optique* é sempre útil, para que as ausências na paisagem possam ser compreendidas ou criticadas e, mesmo os excessos e destaques venham a ser avaliados e reposicionados por seus leitores e pelo próprio autor. Por isso, nesse caso, a metáfora mais apropriada certamente é a do vôo. Isso porque há vários pontos de vista, que vão sendo construídos ao longo de todo o trabalho, motivados pelas escolhas e olhares sobre o objeto – sem que, por isso, haja uma mera pretensão voluntarista, porquanto, evidentemente, as escolhas condicionantes desses olhares decorrem de preocupações teóricas contextualizáveis na contemporaneidade. Além disso, esse procedimento determina, até certo ponto, a vantagem de se percorrer uma trajetória que parte de uma postura sobre o conhecimento para um posicionamento acerca do objeto.

Dessa forma, o que se pretende inicialmente discutir é: 1) a [cientificidade da comunicação](#), item no qual se procura demonstrar que a comunicação social só pode ser cientificamente enquadrada num modelo de ciência que não se atenha exclusivamente nos parâmetros da modernidade; 2) a viabilidade de um posicionamento, senão pós-moderno, ao menos de *transição pós-moderna*, fundado no que se tenta denominar uma [epistemologia da incompletude](#), cujo pressuposto básico está vinculado ao exercício pleno da razão com o reconhecimento pleno de seus limites; e, por fim, 3) a adoção de [uma teoria da ciência fundada em pressupostos da retórica](#), tal como a formulada por Boaventura de Sousa Santos,

para quem a ciência é um discurso e o seu método um argumento destinado, conforme os parâmetros de Perelman (1958), a um auditório especializado. Tal debate objetiva, de maneira imediata, abrir campo para o tema do segundo e último capítulo desta Primeira Parte, que diz respeito à [teoria e à prática metodológica](#) desta Dissertação.

1.1 Comunicação e cientificidade

A comunicação é ou não uma ciência? Em que condições é possível falar em uma ciência da comunicação? A natureza interdisciplinar da comunicação cria dificuldades para a abordagem moderna da ciência: é difícil tratá-la como uma disciplina; falta-lhe autonomia epistemológica; sobra-lhe vicariedade – daí a “natureza delegada” , embora restritiva, do campo da comunicação, para Adriano Rodrigues (1990) – ; as atividades que assim se denominam são excessivamente imiscuídas com o mundo da vida, vinculam-se a complexidades que instabilizam todas as racionalizações.

Contudo, sua fraqueza é (ou pode ser) sua força. O estudo da comunicação possibilita, como talvez nenhum outro, uma conexão entre o “mundo prático”, forma geral com que são denominadas usualmente as instâncias técnicas e cotidianas da ordem social, e o “mundo teórico”, noção pela qual se denominam as práticas racionais de intertextualidade próprias das esferas filosófica e científica. Falando filosoficamente, a comunicação, ao recuperar categorias conceituais e pragmáticas da herança sofística, acaba problematizando a separação platônica entre saber sistematizado e saber vulgar ou senso comum, marco da tradição

ocidental que culminou no Iluminismo e na Modernidade, após a Idade Média. Procuremos explicar porquê.

Conforme Fernando Bastos, há pelo menos dois *iluminismos* na história do Ocidente. O primeiro foi o grego, caracterizado pelo pensamento socrático racionalista, em seu embate contra os sofistas, cujo argumento fundamental era o de que a retórica corrompia os jovens por desrespeitar a verdade. Essa tradição filosófica marca a busca do *conceito*, acima da opinião; da *episteme*, acima da *doxa*. O iluminismo platônico, porém, esteve longe de ser marcado pelas características anti-teológicas ou atéias do racionalismo que iria prevalecer a partir do século 18. Ao contrário, a filosofia grega se constitui como um elemento de reforço à mitologia; o saber é a dignificação do homem em direção aos deuses. Sobre esse alicerce filosófico se erguerá a cultura ocidental. Não foi atoa que Heidegger afirmara ser Platão o responsável pela metafísica do Ocidente (Bastos, 1996).

O iluminismo moderno ou a modernidade é um produto tipicamente europeu ocidental, resultante de um período histórico bem definido. Especialmente na França, Alemanha, Itália e Inglaterra, a herança anti-clerical burguesa da renascença dos séculos XV e XVII chega ao apogeu no século XVIII. Francis Bacon já dera os primeiros sinais, com seu *Novum Organum*, manifesto inaugural do método experimental, que, contudo, teria sua versão mais bem acabada com a filosofia racionalista de René Descartes, depois fortalecida pelo empirismo inglês em John Locke, e, finalmente, proclamada como “o estágio de maioridade da humanidade” por Kant. Ao lado dos filósofos, foi também importante a atuação de Isaac Newton, o gênio que consegue sintetizar os avanços matemáticos de Kepler e os experimentos de mecânica de Galileu, um “remanejamento intelectual operado na base do material empírico”, como pontuara Ernst Cassirer (1932, p. 30), e que se tornou a base paradigmática do Iluminismo. Tais pensadores teriam sido “a primeira geração do iluminismo”, ao lado de

Montesquieu, Voltaire e, com restrições, Rousseau (por ter se desentendido com os enciclopedistas).

Donde vem essa confiança exacerbada na razão, que marca de modo contundente a Europa pós-medieval? Primeiro, das possibilidades político-econômicas da época. O Iluminismo moderno é uma formação ideológica burguesa, isto é, surge no âmago de um contexto propiciado pela burguesia emergente. Isso se diz, é claro, sem a ingênua pretensão de considerar o movimento de idéias um mero epifenômeno da ordem econômica, mas no sentido de contextualizá-lo.

Outro motivo do racionalismo otimista característico das Luzes foi, sem dúvida, o sucesso do empreendimento prático da ciência. O século 18, impregnado de fé na unidade e na imutabilidade da razão, não se espelha nas filosofias do passado, mas na física moderna. O paradigma metodológico é o newtoniano. O estatuto epistemológico das ciências naturais é transposto com casca e tudo para os planos político e humano, na forma da busca por uma racionalização do homem, definida pela idéia de progresso. Esse pensamento fundamenta inicialmente o desenvolvimento de uma doutrina econômica típica: a *fisiocracia*, cuja pretensão é estabelecer uma ordem social regida por leis eternas. Claro que uma legislação positiva que favoreça tais “leis eternas” só poderia ser entendida como concedendo a máxima liberdade econômica. Fiel ao seu tempo, uma ordem política conseqüente seria, principalmente, o “despotismo iluminado”, regido pelo soberano filósofo, recuperando uma proposição central da *pólis*, como a pensara Platão na sua *República*. À época, as esperanças dos *philosophes* são monarcas tidos como iluminados, como Frederico da Prússia e Catarina da Rússia.

Mas, tais esperanças duram pouco. Uma segunda geração de iluministas logo passa a sonhar com uma radical renovação social: a transformação das estruturas da sociedade. O

socialismo e o comunismo do século 18 aparecem em sua primeira versão na forma das *utopias*, mas, ainda, repudiando toda ação violenta ou revolucionária. Mantém-se a concepção de algum modo “literária”, pois a tarefa do *philosophe* continua a ser educativa, motivada pelo propósito de convencer o soberano de que a tirania é uma péssima política. Para Binetti (p. 609), tais concepções utópicas derivam de uma racionalização do conceito de harmonia — caro para os iluministas — como condição da felicidade ou a própria felicidade. E é no rompimento com essa concepção que, a partir de Marx e Engels, essa segunda geração atinge sua radicalidade: a proposta revolucionária se situa como o apogeu da confiança nas possibilidades da razão, da ciência e do progresso humano.

Entretanto, foi esse mito de realização da felicidade e da justiça exclusivamente por meio da razão a principal promessa fracassada da modernidade. E é por conta desse fracasso que, no começo do século 20, a razão entra em crise e surgem os primeiros teóricos do que hoje vem sendo chamada a “pós-modernidade”. A concepção de que a razão não dá conta da condição humana pode ser primeiro encontrada em Nietzsche. Este filósofo faz uma crítica avassaladora do que denomina a “moral racionalista”, a qual, segundo ele, foi erguida com finalidade repressora e não para garantir o exercício da liberdade. Sua crítica, segundo Chauí (1995, p. 354), se ergue contra a ética socrática, a moral kantiana, a moral judaico-cristã, a utopia socialista, a ética democrática, em suma, “toda moral que afirme que os humanos são iguais”. Para Nietzsche, a paixão, os desejos e a vontade constituem movimentos de expansão vital — não se referem ao bem e ao mal — e se manifestam como saúde do corpo e da alma e como força da imaginação criadora. A moral racionalista, ao transformar tudo o que é natural e espontâneo nos homens em falta, vício e culpa, impõe a eles a opressão, como virtude e dever. Daí porque, para o autor de *Assim falou Zaratustra*, a moral racionalista foi inventada pelos fracos para controlar e dominar os fortes, sendo, portanto, a “moral dos escravos”.

Marilena Chauí, Sérgio Rouanet e outros comentadores modernos denominam tal posição de “irracionalista”.

Mas, o crítico da razão mais importante da contemporaneidade é, com certeza, Heidegger, para quem a racionalidade simplesmente não dá conta da condição humana, pois existe sempre um “elemento encobridor” no modo do homem ser e conhecer. Para ele, existe naquilo que pensamos o **impensado**, naquilo que lemos entre as linhas o **não-lido** e, portanto, há algo maior que determina aquilo que nós conseguimos apanhar em cada momento pelo nosso conhecimento (Stein, 1991, p. 33). Esse “algo maior” é o reconhecimento da finitude humana. A razão tem limites e a epistemologia, segundo Heidegger, é uma exacerbação da subjetividade, e não um movimento de progresso. A razão exacerbada, da qual Platão é o ponto de início no Ocidente, torna o homem cada vez mais abstrato, longe do conhecimento de si mesmo, resultando no esquecimento da natureza humana, objetivado pela técnica (Heidegger, 1964, p. 73).

Contra a concepção platônica de verdade lógica (orthotes), significando *aquilo que é certo*, o pensador alemão revela a verdade ontológica (alétheia), a relação dialética *encobrimento/desvelamento*. Entretanto, Heidegger critica a dialética hegeliana (Aufhebung) questionando o modelo em que a síntese preserva/elimina aspectos da tese e da antítese. Em contrapartida, defende o ato de ruptura: o fim da histórica como *metahistória*. O fim do humanismo, num meta-humanismo, em que a saída para o homem é a estética.

O que Heidegger procura fazer é estabelecer os limites da filosofia, a partir do reconhecimento dos limites da própria razão humana. Mas, como reconhece Stein, determinar o fim da filosofia tem algo de contraditório, pois esse gesto iconoclasta só se torna possível... filosofando. O pensador alemão, contudo, ao propor o fim da filosofia, não milita no campo da ingenuidade intelectual, como a afirmação do capitalismo como fim da história, de Fukuyama, mas sim propõe um novo paradigma filosófico, o da superação do encobrimento

do ser pelo tecnicismo, a partir de um movimento filosófico de reflexão sobre a questão do próprio pensamento.

A proclamação do “fim da filosofia” (junto a outros “fins”, como o da história, das utopias, etc.) é sem dúvida um sintoma essencial da crise da modernidade. Ou, de uma outra perspectiva, a marca de que algo novo está nascendo — isso que ainda chamam de pós-modernidade — cuja característica fundamental, no dizer de Ernildo Stein, seria “esta espécie de anarquismo na filosofia” (Stein, 1991, p. 28). Quem melhor expressa a indefinição do conceito de pós-modernidade é Boaventura de Sousa Santos, para quem

“O paradigma cultural da modernidade constituiu-se antes de o modo de produção capitalista se ter tornado dominante e extinguir-se-á antes de este último deixar de ser dominante. A sua extinção é completa porque é em parte um processo de superação e em parte um processo de obsolescência. É superação na medida em que a modernidade cumpriu algumas das suas promessas e, de resto, cumpriu-as em excesso. É obsolescência na medida em que a modernidade está irremediavelmente incapacitada de cumprir outras das suas promessas. Tanto o excesso no cumprimento de algumas das promessas como o défice no cumprimento de outras são responsáveis pela situação presente, que se apresenta superficialmente como de vazio ou de crise, mas que é, a nível mais profundo, uma situação de transição. Como todas as transições são simultaneamente semicegas e semi-invisíveis, não é possível nomear adequadamente a presente situação. Por esta razão lhe tem sido dado o nome inadequado de pós-modernidade. Mas, à falta de melhor, é um nome autêntico na sua inadequação.” (grifo meu)

A semi-cegueira e a semi-invisibilidade das transições serão assuntos desta Dissertação, na recuperação que se procurará fazer da noção de *evento*, em Alain Badiou. De toda forma, a contribuição de Boaventura Santos, a nosso ver, é sobretudo por admitir uma pós-modernidade enquanto transição, e, mais ainda, como transição para o não sabido, o que

lhe confere uma dose de relativismo, típica da “eventualidade” do devanir histórico. Ou, aquilo que Deleuze, em outro contexto, chama de “deriva”. Seria, porém, ingênuo dizer que não há mais iluminismo. A pós-modernidade está marcada pela ambigüidade própria das transições. Estamos, no dizer abalizado de Ernildo Stein, entre o “não mais” da modernidade e o “ainda não” de uma nova fase ainda desconhecida. Somos cidadãos do “não mais” e do “ainda não”. Somos perplexos, para não dizer confusos ou indecisos. E a comunicação é um dos sentidos fundamentais dessa época, marcada de perplexidade e angústia paradoxais, em que o máximo de contato arrisca a se constituir no máximo de individualismo e de solidão.

Não é possível falar em ciência da comunicação num plano exclusivamente moderno. O pós-moderno, contudo, além de ser a marca do indefinido, quando propõe o fracasso da razão, também não se presta inteiramente a uma articulação filosófico-científica. Insistindo na possibilidade do exercício da racionalidade, até onde for possível, a opção deste trabalho — talvez a viável ante a conjuntura — é concordar com Boaventura Santos e adotar, ainda que provisoriamente, a hipótese da *transição* pós-moderna. Entretanto, não se trata apenas de uma possibilidade motivada apenas pela imprecisão, como postula o pensador português, ante as perplexidades irresolvidas da contemporaneidade, mas, conforme propomos, de uma opção epistemológica, a que denominamos uma *epistemologia da incompletude*, cujo axioma fundamental é: o real é sempre maior do que a nossa capacidade de concebê-lo ou de falar dele. O que determina o fracasso da razão não é a sua total desvalia, e sim a ausência, na sua construção, de um liame que a vincule ao mundo da vida, o que a limita, porém de forma alguma a invalida.

1.2 Epistemologia da Incompletude

O que se denomina uma epistemologia da incompletude diz respeito ao modo como posicionar a pretensão de saber, ante os limites da razão, quando esta se coloca frente ao real, num contexto de transição pós-moderna. Em outras palavras, refere-se à maneira como enfrentar a fragmentaridade do conhecimento contemporâneo, sem a pretensão de um retorno estruturalista à ambição da explicação totalizante.

Tal posicionamento é fundamental para a abordagem do fenômeno da comunicação social, porquanto este se dá num contexto de articulação entre sistema e mundo da vida, o que o situa entre o saber estabelecido, espaço do institucionalizado e do instrumentalizado, e o cotidiano, esfera do evento e da deriva. O estudo da comunicação social é o estudo dessa relação mesma, o que o coloca na fronteira entre a abordagem racionalista e a incerteza. Por tal razão, a proposta de uma epistemologia da incompletude constitui a centralidade do conceito de *porosidade*, de Edgar Morin, resultando daí a extraordinária dificuldade de situá-la como uma ciência dotada de estatuto epistemológico próprio, embora devamos reconhecer, com Lavina Ribeiro (1996), que o processo de autonomização da modernidade tenha, até certo ponto, institucionalizado a comunicação, resultando ser lícito pensar uma racionalidade específica para esse campo de atividades, apesar de que uma racionalidade comunicativa não possa se constituir disciplinarmente isolada.

A fim de construir, de forma sintética, a proposta epistemológica a partir da qual se procura visualizar o(s) objeto(s) da pesquisa que resultou nesta Dissertação, a argumentação é aqui estruturada no sentido de analisar: (1) A possibilidade de instaurar o [diálogo entre diferentes paradigmas](#), buscando com isso uma concepção plural das descrições que compõem a construção do saber; (2) A noção de [rupturas não totais ou parciais](#), examinando as

continuidades e os rompimentos conjunturais da contemporaneidade; (3) A recuperação do [conceito de evento](#), trabalhado pela perspectiva de Alain Badiou, como o espaço do indiscernível e constituidor da verdade; e (4), o que constitui uma implicação importante dessa postura, a [adoção da teoria argumentativa ou retórica da ciência](#), em Boaventura Santos, resultando (4.1) num rompimento mais amplo com o [positivismo](#), (4.2) na visão de [método enquanto argumento](#) do cientista e (4.3) nas possibilidades da adoção do [auto-convencimento](#) como possibilidade metodológica.

1.2.1 O diálogo interparadigmático

Cremilda Medina (1990, p. 27) atribui ao físico Sílvia Salinas o conceito de convivência de paradigmas. Para ele, afirma Medina, “os paradigmas convivem, não se superam”. A idéia é simples, porém fecunda, e está de tal forma conectada com outras características próprias da cultura contemporânea, que vale a pena pensá-la epistemologicamente.

O conceito de paradigmas procede de Thomas S. Kuhn, e, conforme Margaret Masterman (1965, p. 75), possui pelo menos 21 sentidos diferentes, os quais ela sintetiza em três possibilidades: os paradigmas *metafísicos*, os *sociológicos* e os de *artefato*. Em outras palavras, paradigma pode ser um conjunto de crenças ou mitos ou uma especulação metafísica bem sucedida; ou pode ser uma realização científica concreta ou universalmente reconhecida ou conjunto de instituições políticas ou decisão judicial aceita; ou pode ser um manual ou obra clássica, ou fornecedor de instrumentos. Tal caracterização permite dizer que Sílvia Salinas, ao falar que os paradigmas convivem, se referia à classe dos paradigmas metafísicos,

podendo, contudo, e até certo ponto, sua expressão ser percebida como referente aos paradigmas sociológicos.

Uma visão de paradigmas em convivência¹ é coerente com o que aqui se denomina de epistemologia da incompletude, capaz de determinar a reflexão acerca do conhecimento científico num contexto de pós-modernidade, e é também conectada com a visão de epistemologia da complexidade, capaz de recusar a monocausalidade no processo de explicação/compreensão dos fatos pelo saber. Um esboço do que se pretende uma epistemologia da complexidade é sintetizado por Cremilda Medina (1991, p. 195) em sete itens:

“1. Da noção de sujeito e objeto, passamos à noção de sujeitos intercondicionantes, num processo de reversibilidade. 2. Da noção de causa e efeito, passamos à noção de intercausalidade, uma rede de forças que interagem. 3. Da noção de universo sólido, passamos à noção de universo poroso, como um enxame, um redemoinho. 4. Da noção de massa destrutível ou massa indestrutível, passamos à noção de que a massa está em transformação. 5. Da noção de substância e acidente, passamos à noção de relação complexa. 6. Da noção de que existe o ser da matéria e existe sua atividade, passamos à noção de que o ser da matéria e sua atividade não podem ser separados; constituem aspectos diferentes da mesma realidade. 7. Da noção de certo e errado, passamos à noção de que os dados da realidade não estão assim hierarquizados e sim, dentro da noção de coerência, de encaixe e sustentação no todo.”

Uma epistemologia da incompletude seria ainda construtora de uma perspectiva segundo a qual a abordagem holística constitui apenas uma face de uma proposta complexa

¹ A noção de convivência interparadigmática coloca em causa um conceito muito discutido, de Thomas Kuhn, o da *incomensurabilidade* dos paradigmas — que Popper (1965, p. 69), por exemplo, afirma ser um “dogma perigoso”. Na resposta aos críticos, Kuhn (1965, p. 328 e seg.) esclarece que o termo *incomensurável* não significa *incomparável*, e a existência observada da comunicação entre os homens (e, por conseguinte, da comparação de paradigmas) não quer dizer que tal interação não apresente problemas essenciais. É também dentro dessa relativização que se situa o pensamento exposto neste trabalho.

do conhecimento — justamente a face moderna, redimensionada, que se, por um lado, abandona os modelos simplistas e disciplinares da ciência moderna, por outro segue fiel ao iluminismo na insistência por uma proposição epistemológica unificadora (muitas vezes estruturalista²). O salto qualitativo que o holismo dá nesse sentido é a inserção da categoria de vivência, num plano mais radical do que o hermenêutico, por se referir aos aspectos pragmáticos e indizíveis da obra do conhecimento e dos fatos da vida.

Nessa linha, acrescentamos a essa visão de paradigmas em convívio, a noção de convergência de paradigmas, coerente com o fenômeno da convergência tecnológica, e, por definição, também a de divergência de paradigmas. A convivência dos paradigmas, numa perspectiva sincrônica ou estática, se estabelece dialeticamente como convergências e divergências desses mesmos paradigmas, num ponto de vista diacrônico. A física newtoniana e a física quântica, por exemplo, são paradigmas em convivência divergente, ao passo que as teorias administrativas e críticas no campo da comunicação são paradigmas em convivência convergente. Acontece que a convergência de paradigmas não ocorre pacificamente, nem estabelece consensos tranquilos, e, às vezes, sequer se completa. Isso significa que os movimentos do processo de convergência ou divergência dos paradigmas em convívio também podem ser incompletos ou fragmentários. Trata-se de um movimento dialético cuja síntese (comunicativa) se caracteriza por perdas (dissensos) e permanências (consensos), em que o novo emerge vincado pelo velho, e em que as rupturas são sempre parciais.

Não é contraditório falar em convergência num contexto de incompletude, pois tal fragmentação no âmbito social da transição pós-moderna funciona mediando a localização no movimento da globalização da cultura e da mundialização da economia. É na segmentação e

² A noção do que neste trabalho se denomina *holismo* é a que é referida por Weil *et alli* (1993), cujo modelo de pensamento segue uma linha vinculada à teoria geral de sistemas, como reação à fragmentaridade disciplinar das ciências, utilizando para isso muitas vezes de metáforas organicistas em abordagens próximas do estrutural-funcionalismo interessadas na integração de sistemas complexos, pela via epistemológica de uma certa transdisciplinariedade.

na individualização, articulando verticalidades e horizontalidades, que a globalização se verifica, como se procurará demonstrar nesta Dissertação. A fragmentação convergente (embora empiricamente jamais tenha abrangência totalizante) institui a segmentação e, por conseguinte, as verticalidades. Ou, em sentido inverso, as verticalidades se constituem quando os paradigmas que condicionam as possibilidades de interação cultural convivem em regime de convergência, ainda que tal convergência seja parcial.

Se não situarmos a articulação do pensamento científico sob pressupostos positivistas, isto é, num lugar privilegiado e supostamente não ideológico, será inteiramente lícito refletir no movimento racional dos conceitos, em articulação com os demais movimentos da cultura. E isso pode ser afirmado, sem perder de vista que os atos de fala do discurso da ciência privilegiam a pretensão de verdade mais do que os demais campos. Tais pretensões, porém, apenas se concretizam num contexto pragmático comunicativo, o que os situa irremediavelmente nos plexos da construção de sentido da sociedade como um todo.

1.2.2 As rupturas parciais

O conceito de rupturas não totais ou simplesmente parciais pretende adotar uma postura radical, no sentido de que assume a dialética dentro da própria construção da epistemologia. Em outras palavras, a dialética num contexto dialético é, até certo ponto, uma dialogicidade. Isso implica buscar, na construção do conhecimento dos processos sociais de mudança, as categorias que dialogam, isto é, são conservadas por via de consensos sempre limitados, e as categorias que sofrem rupturas, ou seja, desaparecem em vista da ocorrência de

eventos que a superam. A presente postulação é a de que *a incompletude é o ponto de fuga das próprias situações de rompimento*.

Tal modelo de pensamento, aplicado à conjuntura contemporânea e ao conhecimento da comunicação social, permitiria certamente concluir por algumas perdas e outras permanências, como as que se seguem:

1.2.2.1 A crítica do capitalismo continua atual, especialmente quando centrada nos processos destrutivos do expansionismo global e na reprodução/recriação das injustiças sociais.

1.2.2.2 É igualmente consistente a crítica da modernidade³, a seus déficits e excessos, conforme aponta Boaventura de Souza Santos, para quem (1995, p. 93)

“... o que quer que falte concluir da modernidade não pode ser concluído em termos modernos, sob pena de nos mantermos prisioneiros da mega-armadilha que a modernidade nos preparou: a transformação incessante das energias emancipatórias em energias regulatórias. Daí a necessidade de pensar em descontinuidades, em mudanças paradigmáticas e não meramente subparadigmáticas.”

1.2.2.3 Outra permanência fundamental é a da crítica do poder, pela afirmação continuada do paradigma democrático. Tal permanência, contudo, só se sustenta a partir de uma série de perdas, sendo que as principais são ser a

³ Uma crítica da modernidade, vinculada à dicotomia neo-iluminismo/pós-modernismo, não pertence à vertente frankfurtiana da teoria crítica, mas é, até certo ponto, um desdobramento da postura crítica, razão pela qual pode ser anotada como uma permanência. De modo semelhante, Paul Ricoeur (1977, p. 117), ao trabalhar o diálogo entre a crítica das ideologias de Habermas e a hermenêutica das tradições de Gadamer, afirma que, no final das contas, a hermenêutica se erige em uma crítica da crítica, isto é, em uma metacrítica. Parece-nos que

da centralidade do Estado-nação e a visão instrumental das políticas públicas. O Estado-nação entra em crise com a mundialização/globalização da economia, da política e da cultura e com a complexificação da sociedade, tornando-se um dos mediadores do rearranjo de verticalidades e horizontalidades instaurados no processo de transição pós-moderna. E as políticas públicas se convertem em políticas da esfera pública, exigindo cada vez mais amplos processos de negociação em que os espaços de ação comunicativa ganham abrangência política e diluem a polarização entre o público e o privado.

1.2.2.4 Crítica do funcionalismo, ou seja, de uma teoria que aborde os fenômenos pelo uso e que, ao pressupor o *statu quo* como referência, faça do mero desempenho um objeto central da pesquisa. No mesmo sentido, se inclui uma crítica do positivismo, que, ao adotar o estatuto epistemológico das ciências naturais, instaura a reificação da sociedade. Mesmo neste caso, porém, trata-se de um rompimento parcial, já que o conceito de função possui uma abrangência maior do que o de utilidade ou papel da parte em relação ao todo, podendo ser, como em matemática, a relação entre variáveis na qual seja possível o estabelecimento de uma correspondência (Lalande, 1926, p. 432-435). Uma crítica do funcionalismo e do positivismo deve dar-se não apenas no sentido de se adotar uma perspectiva processual e dialética da realidade, no âmbito das construções teóricas, mas também, no plano da pragmática da pesquisa, efetuar o que Boaventura Santos denomina a “segunda ruptura epistemológica”, isto é, o rompimento com o rompimento moderno entre ciência e senso comum, pela adoção do

diálogo do saber sistematizado com o saber cotidiano. Como diz esse autor (1989, p. 171),

*“... a dupla ruptura epistemológica é uma estratégia de transição, uma estratégia epistemológica adequada a um período de transição paradigmática. (...) Na presente fase de transição não se pode prescindir de um conhecimento científico autônomo, mas é cada vez menos sustentável que esta forma de conhecimento prescinda, por sua vez, da sua superação no seio de outros saberes e de outras comunidades de saber com vistas à constituição de uma **phronesis**, uma sabedoria de vida, agora mais democrática por via da mais ampla distribuição das competências cognitivas e discursivas que o próprio desenvolvimento possibilita. Os princípios de orientação para uma tal superação são: a atenuação progressiva do desnivelamento dos discursos, dos saberes e das comunidades que o produzem; a superação da dicotomia contemplação/acção; a reconstituição do equilíbrio entre a adaptação e a criatividade. **O que se pretende é um novo senso comum com mais sentido, ainda que menos comum..**”* (grifos do autor)

1.2.2.5 O último aspecto da permanência da crítica constitui-se dialeticamente no fulcro central de suas perdas e define-se pela *crítica da crítica*, verificando-se por dois movimentos:

- a) O despropósito ou a incapacidade de deixarmos completamente o empírico e a subjetividade, na construção do saber. O questionamento dos limites da pesquisa empírica foi exemplar em Theodor Adorno, e se fundamentava na dimensão operatória ou aplicativa desse tipo de abordagem científica. Uma

manifestação de Adorno nesse sentido, datada de 1971, é citada por Mauro Wolf (1985, p. 83):

*“Pensava que a tarefa que se adaptava a mim e que, objectivamente, me era confiada, era a de **interpretar** os fenómenos e não de atestar, escolher e classificar os factos e torná-los disponíveis como informação (...) Traduzir as minhas reflexões em termos de pesquisa era, para mim, como resolver a quadratura do círculo.”* (grifo do autor)

A posição de Adorno, porém, não é tão radical quanto faz pensar essa citação. No mesmo trabalho, no qual situa seu posicionamento na polêmica entre sociologia empírica e sociologia teórica, Adorno afirma que (Wolf, 1985, p. 86)

“... as investigações empíricas não são só legítimas como essenciais, até no domínio dos fenómenos culturais. Não era preciso, todavia, atribuir-lhes autonomia ou considerá-las como uma chave universal. Acima de tudo, têm, por sua vez, de concluir-se por um conhecimento teórico. A teoria não é apenas um veículo que se torna supérfluo mal se disponha dos dados.”

A linha de distinção entre a pesquisa operatória e a pesquisa crítica é, contudo, excessivamente tênue (o que significa dizer que *na prática, a teoria é outra*, isto é, se a pesquisa administrativa se submete ao *statu quo*, a pesquisa crítica não raro é confirmatória de pressupostos teóricos admitidos *a priori* pelo pesquisador). Além disso, parece claro que o questionamento de Adorno parte do pressuposto de uma ação social como

ação teleológica (perspectiva weberiana), já que está concentrado nos fins a que se destina o ato de pesquisar. Por tal razão, torna-se válida uma crítica epistemológica da crítica.

- b) Uma crítica epistemológica da crítica é uma crítica da adoção do estatuto epistemológico das ciências naturais no processo de pesquisa. Trata-se do rompimento epistemológico radical com o positivismo, formulado por Boaventura Santos (1989). Mais do que reflexividade, tal postura pretende que o pesquisador não apenas esteja aberto para as possibilidades do objeto, mas que rompa — até onde for possível — com as dicotomias teoria/prática, sujeito/objeto, e, portanto, com a autonomização excessiva da verdade científica na modernidade. Utilizando as categorias de análise da autonomização moderna, em Adriano Duarte Rodrigues (1993, p. 103 e seg.), isso significa defender a ética e a estética como constituintes da alética no processo de construção do conhecimento. Significa também assumir o auto-convencimento do pesquisador como método fundamental, a partir da consciência da natureza retórica da metodologia científica, conforme postula Boaventura Santos (1989).

1.2.3 A noção de evento

A concepção de evento neste trabalho procede das formulações de Alain Badiou (1993). Badiou considera o homem um animal chamado pelas circunstâncias para *tornar-se* sujeito, o que significa ser um *a mais*. Tais circunstâncias, ele categoriza como sendo as de

uma verdade. Ora, as circunstâncias para que o animal se torne imortal dependem de que algo aconteça: um evento (*suplemento*), ou uma singularidade irreduzível, “fora-da-lei”, que o obrigue a decidir por uma nova maneira de ser, isto é, a se remeter a partir de então *ao ponto de vista do suplemento ao evento*. Tal decisão, Badiou a chama de *fidelidade*. “A fidelidade ao evento é ruptura real (pensada e praticada) na ordem em que o evento teve lugar (política, amorosa, artística, científica...)” (Badiou, 1993, p. 110). Verdade é, portanto, o processo real de fidelidade a um evento. É, pois, *ruptura imanente*. Ruptura, porque o evento não era usual nem pensável dentro do estabelecido; e imanente, porque uma verdade age numa situação, e em nenhum outro lugar.

Sujeito é o suporte de uma fidelidade, ou, de um processo de verdade. Não preexiste ao processo: é o processo que *induz* o sujeito. Não é, pois, o sujeito psicológico, ou o reflexivo (Descartes), ou o transcendental (Kant), mas uma *produção singular*, o animal que excede a si mesmo, e tal excesso o faz advir como imortal, como ocorrência local do processo de verdade. Assim, em relação a tal sujeito, Alain Badiou fala de uma *ética das verdades*, definida como “aquilo que regula a presença de alguém na composição de um sujeito de verdade” (Badiou, 1993, p. 111). Esse “alguém” é aquela pessoa concreta, aquele espectador, que, bruscamente, dentro do contexto, *vê a solução* e é tomado pelo processo da verdade. De simples animal humano, ele se excede e o traçado da fidelidade passa por ele. Ele, então, abandona o destino de pertencer à situação, para assumir o pertencimento à ruptura que significa o processo da verdade. Do interesse pela conservação de si (a “perseverança no ser”, em Spinoza), ele assume, então, o *interesse desinteressado*, que envolve o interesse porque envolve todos os meios da perseverança, mas é desinteressado porque se propõe a ligar-se a uma fidelidade, a um processo de verdade, que nada tem haver com os “interesses” do animal, tornando-o indiferente à sua existência, destinado à eternidade.

A esse laço entre o animal que persegue o seu interesse e o sujeito imortal que se torna, Badiou chama “consistência subjetiva”. Consistência é, pois, “comprometer sua singularidade (o *alguém* animal) na continuação de um sujeito de verdade (...) há consistência subjetiva quando alguém *é fiel a uma fidelidade* (...) tornando-se este paradoxo: um animal imortal” (Badiou, 1993, p. 113). Diante disso, Badiou coloca a única questão que passa a considerar válida, na ética das verdades: “como vou eu, enquanto alguém, *continuar* a exceder meu próprio ser?”, ao que responde com um único imperativo: “continuar”. Continuar a fazer advir uma verdade, contra o animal humano, o que não é fácil. Daí, a força impressionante da expressão de Samuel Beckett citada por ele, ao fim de sua obra *Para uma nova teoria do sujeito*: “É preciso continuar. Eu não posso continuar, eu vou continuar”.

A adoção, para o pensamento contido nesta Dissertação, da postura de Alain Badiou, não se faz sem críticas. O sujeito de Badiou é um sujeito concreto, porém assujeitado pela circunstância; o processo de verdade não é operado por ele, mas o atravessa. É, pois, passivo, num primeiro momento, tornando-se ativo a partir da decisão (que, em Badiou, significa uma *aposta* no indiscernível) de fidelidade ao processo de verdade. Como, porém, fugir disso, sem retornar ao sujeito kantiano ou a um sujeito psicológico voluntarista? A solução desse impasse vem sendo atualmente trabalhada por Weber Lima, mestrando em Filosofia na Universidade Federal de Goiás, cuja proposta, que mencionamos aqui, sem estendê-la, é a de encarar o próprio sujeito concreto como evento, o que abriria uma interessante possibilidade de especulação filosófica acerca da *pluralidade simultânea dos eventos*, ou seja, observar os processos de mudança social como eventos que mobilizam/são mobilizados por outros eventos.

Nota-se, ainda, um certo pendor idealista nas posturas desse autor. O conceito de *imortalidade*, por exemplo, diz respeito a uma postura do ser diante da contingência, cuja afirmação é: — não sou de fato imortal, mas procedo como se o fosse. A ética da

imortalidade, assim, assume a forma de uma ilusão altruísta ou uma hipocrisia da dignidade, tornando o sujeito de Badiou um ídolo com pés de barro, ou, na versão sartriana, um projeto infinito que se interrompe inexoravelmente na finitude. Observe-se, contudo, nesse contexto teórico, a impressionante e polissêmica dimensão que adquire esse conceito. A própria possibilidade parafísica de uma vida após a morte é ela mesma posta no reino das contingências, pois, para Badiou, a imortalidade se distingue não como materialidade ou facticidade, e sim dentro da ação imortalizante determinada pela postura do sujeito do evento. É a inserção voluntária e iluminada do ser no processo de verdade ou a fidelidade dele a esse processo, que o tornam imortal, pois é nesse momento que ele de fato rompe com a “perseverança no ser”, sem negar sua condição de sujeito contingente e inserido nessa perseverança, porquanto a inclui e contudo a excede.

Isso demonstra que o sujeito de Badiou não se encontra no presente, fato teórico que o aproxima de Habermas. É um sujeito do devanir, que assume sempre o ponto de vista do futuro, e permanece sujeito apenas enquanto vive segundo tal perspectiva. Isso porque a realidade do presente é o estabelecido, contra o qual o sujeito, por definição, está posicionado.

Eis ainda que os conceitos de *verdade* e *fidelidade*, imbricados nos fundamentalismos interessados do animal político, desde a Idade Média, também recebem uma oxigenação impressionante. Verdade é o novo que surge no processo indefinível do imprevisível; e fidelidade é a inserção do sujeito contingente no processo dessa verdade. Nesse sentido, é interessante verificar que Badiou, (1993, p. 44), distingue *verdade* e *saber*. Verdade é a novidade, e saber é repetição. Tal distinção já se encontrava em Kant (razão e entendimento) e em Heidegger (*alethéia* e *techné*). Assim, verdade é um processo real de aparição do devir, e não um juízo. Por isso, ela é inacabável, isto é, não é passível de generalização — no máximo, pode-se antecipar hipóteses, o que Badiou denomina *forçamento*: “A partir de tal ficção, posso *forçar* saberes novos, mesmo sem ter *verificado* esses saberes” (Badiou, 1993, p. 48). O

problema, então, passa a ser até que ponto é possível antecipar, ou seja, conhecer a *potência* desse forçamento. Badiou conclui que “... há *sempre*, em toda situação, um ponto real que *resiste* a essa potência”. Eis o *inominável* da situação, o inforçável, o ponto de fuga. Nesse sentido, o Mal, para Badiou, é a pretensão totalizante, o desejo de uma onipotência do Verdadeiro, a vontade de nomear a qualquer preço. “Só há Mal se houver um axioma de verdade no ponto do indecidível” (idem, ibidem, p. 50), sendo a ética de uma verdade, a ética do comedimento em relação a seus próprios poderes.

Aplicando esses conceitos ao próprio Alain Badiou, parece-nos que sua consistência teórica tem dificuldades para se sustentar, quando se lhe exige consistência empírica. Ao categorizar o processo de uma verdade como indiscernível pelo saber estabelecido, ele propõe que o novo emerge da ruptura, dando a esse processo uma aparência mais radical do que seria possível atribuir a ele. Ora, os processos de mudança, nos mundos objetivo, subjetivo e social, não são totais, ou, metaforizando, não são conversões do preto ao branco: o mundo é cinza, ou, mais complexo ainda, é colorido, e, portanto, as rupturas são sempre parciais. Nesse caso, o *ponto de fuga* se aplica ao próprio Badiou, direcionando seu pensamento a um certo relativismo cuidadoso e prudente, ou a uma *epistemologia da incompletude*. Mesmo se se limitar a visão da ruptura à ordem em que o evento se dá, é possível identificar que o espaço do discernível — o paradigma ou a ciência normal, do universo kuhniano — não se rompe completamente, podendo mesmo estabelecer regimes de convivência convergente ou divergente com os movimentos de sua superação. Em síntese, aparentemente ainda restam traços de linearidade no modo como Badiou percebe a história.

Por fim, há o problema de que a ética do continuar significa desistência do saber, porque corresponde a uma ética do imprevisível, do desconhecido, do evento. Acaso seria próprio formular uma visão tão otimista assim, do evento? Quais as garantias nos dá Badiou para que todo evento seja ético e, portanto, haja consistência nas verdades que esse

desconhecido implica? O evento, enfim, pode ser o abismo. Será possível uma ética abissal? Ou uma filosofia da imortalidade que redunde na morte? Parece-nos que, ao buscar uma ética das verdades, enquanto situações do evento, Badiou situa sua ética no ponto do indecível, arriscando-se ao Mal que ele próprio localizara. Talvez por isso sua ética, apesar de sedutora, pareça tão fraca.

É dentro desses limites, cujas fronteiras, reconhecidamente, são fluidas, enfumaçadas, imprecisas, que este trabalho admite o evento, enquanto estabelecimento do novo e do imprevisível, na esfera do saber e da vida. Alain Badiou parece salvar alguma coisa das formulações pós-modernas, para as quais a superação do estabelecido implica uma renúncia à razão. Como, nesse caso, postular significados para o evento? A solução aqui adotada, em grande medida contrária às possibilidades matemáticas formuladas por este autor, é a proposta por Boaventura de Sousa Santos, em *Introdução a uma ciência pós-moderna* (1989): uma teoria argumentativa ou retórica da ciência.

1.3 Teoria retórica da ciência

É no âmago de um debate sobre a velha questão da objetividade científica que Boaventura de Sousa Santos propõe aquilo que Sadi Dal Roso (1996) denominou uma “teoria argumentativa da ciência”. Para isso, o autor português postula a tese da *segunda ruptura epistemológica*, a partir de uma hermenêutica crítica, cujo propósito seria tornar o distante (apreendido como o objeto, do ponto de vista de uma epistemologia das ciências naturais) próximo (do senso comum).

A primeira ruptura é a que se faz contra o senso comum, que, para Boaventura Santos, caracteriza-se por: tornar a relação *eu-tu* em *eu-isto*, por meio do distanciamento, do estranhamento, da subordinação do objeto; perceber a ciência como única forma válida de conhecimento; promover a separação entre teoria e prática, ciência e ética; reduzir o observável ao quantificável, pela desqualificação do não redutível; estabelecer a distinção entre o relevante e o irrelevante, negligenciando este último, o que significa o não reconhecimento do que não quer ou não pode conhecer; promover a especialização/profissionalização do conhecimento, numa nova simbiose entre saber e poder, onde não cabem leigos; hipostasiar a racionalidade formal ou instrumental; e movimentar um discurso que se pretende rigoroso, anti-literário, desencantado, sem imaginação e incomensurável com os discursos normais da sociedade. É óbvio que, para os termos deste trabalho, a primeira ruptura encontra-se no estatuto epistemológico do Iluminismo moderno.

Boaventura Santos propõe, então, uma segunda ruptura, caracterizada pelo retorno do saber sistematizado ao senso comum, movimento que ele interpreta positivamente, ao contrário dos epistemólogos da primeira ruptura, entre os quais ele enxerga em Bachelard (provavelmente o *diurno*) o máximo de consciência possível. Para o autor português, o senso comum faz coincidir causa e intenção, é prático e pragmático, é transparente e evidente, é superficial, mas exímio na profundidade horizontal das relações entre pessoas e destas com as coisas, e, por fim, é retórico e metafórico, pois não ensina, mas persuade. A proposta de Boaventura não é, contudo, de uma regressão ao senso comum, mas a construção de um saber esclarecido ou uma ciência prudente e humilde, um saber prático, porém esclarecido, e sábio, porém democraticamente distribuído.

Tal objetivo, porém, só pode ser alcançado dentro de uma concepção diferente da atividade científica. A primeira proposição de Boaventura Santos nesse sentido é o da

inversão epistemológica da relação entre as ciências naturais e as ciências humanas ou sociais. Criticando o que denominou um *etnocentrismo epistemológico naturalista*, ele proclama a precariedade do estatuto epistemológico das ciências naturais, propondo uma ruptura total com o positivismo e a priorização das ciências do homem como fundamento do conhecimento. A ciência, nesse sentido, não pode ser encarada como uma relação direta ou indireta do saber com os fatos — o que ele critica como sendo positivismo e positivismo mitigado, respectivamente —, mas como uma elaboração retórica. Fundamentado em Chaïm Perelman (1958), o sociólogo português defende a idéia de verdade como retórica da verdade, de natureza intersubjetiva e discursiva, campo privilegiado de negociação de sentidos. Em outras palavras, a objetividade não é propriedade de correspondência com a realidade: é consenso numa discussão argumentativa.

Nesse sentido, Boaventura menciona que a primeira ruptura, no plano da análise retórica, manifesta-se pela distinção dos vários auditórios, tendo a comunidade científica como auditório relevante; e a segunda ruptura, defendida por ele, como sendo a que busca desenvolver princípios, figuras e argumentos, comuns a todos os auditórios, isto é, a reconciliação do saber sistematizado e do saber vulgar, produzindo um “senso comum esclarecido”. De tal forma que, para se dar sentido à ciência, dever-se-á: conhecer os argumentos considerados válidos pelo auditório relevante; explicar porque esses e não outros são mais válidos; e, para isso, produzir uma sociologia da argumentação retórica. E é nesse sentido que ele se direciona.

A retórica constitui uma tradição no pensamento ocidental que se interrompe, segundo Boaventura Santos, com Descartes. O domínio da argumentação (o razoável, o plausível, o provável) é, para esse filósofo, considerado um erro. No século 20, contudo, acontecem duas ressurreições da retórica: a publicidade e a redignificação filosófica, que Boaventura vê em Perelman. Sua pretensão, entretanto, procura não ser redutora, pois, para ele, a retórica é

apenas uma das dimensões da ciência. “Afirmar a natureza retórica da verdade científica não significa afirmar que essa natureza é exclusiva e que caracteriza por igual todo o processo científico” (Santos, 1989, p. 113), afirma ele, mencionando que sua postulação diz respeito à apresentação, e não ao método. Entretanto, Boaventura de Sousa Santos acentua que o cientista antecipa o seu auditório relevante e, como é natural, pesquisa em função dele. E isso faz com que os métodos e técnicas se tornem argumentos quase lógicos que buscam relacionar-se com a estrutura da realidade. A verdade científica converte-se, destarte, em moldura, procurando demonstrar o valor incontroverso dos resultados. Contudo, faz parte da retórica da ciência negar-se como retórica.

O que o autor português procura fazer é denunciar uma quase escandalosa duplicidade da movimentação científica. De um lado, o que denomina “valor de uso dos resultados”, isto é, as medidas privadas que o cientista competente toma para tornar os seus resultados convincentes; e, de outro, o “valor de troca dos resultados”, ou seja, as providências retóricas destinadas a convencer a comunidade da qual faz parte. Essa dicotomia opõe o auto-convencimento privado do cientista ao convencimento da comunidade para a qual ele se dirige. O método, portanto, enquanto argumento na construção do valor de troca dos resultados, constitui um sumário muito reduzido da prática concreta dos cientistas, o qual, na verdade, trabalha prioritariamente por auto-convencimento.

Sem dúvida, a tese do auto-convencimento em Boaventura não deixa de ser problemática, para a discussão epistemológica. Entretanto, é também extremamente fecunda. É problemática porque sua adoção pode parecer a assunção do “vale-tudo”, cuja caracterização mais festejada tornou-se famosa nas proposições de Paul Feyerabend, e o seu “anarquismo epistemológico”, expresso em *Against Method*. A desistência completa do método significaria o abandono da pretensão racional do saber, o que não é nem conveniente, nem necessário. No entanto, a tese do auto-convencimento proporciona um avanço no modo

de pensar a ciência, no sentido que encaminha-nos a uma maior transparência do discurso e, com certeza, a um posicionamento epistemológico mais coerente com a contemporaneidade, até por superar a assim chamada “obsessão do método”, que, para Boaventura Santos, significa nada mais que a submissão das ciências humanas ao estatuto epistemológico das ciências naturais.

Ora, ao recuperar a herança aristotélica da retórica e aplicá-la ao processo de construção do conhecimento científico, Boaventura Santos efetua um rompimento muito mais amplo com o positivismo e a sua pretensão de que o problema da relação entre o saber e a realidade se resolve tecnicamente. Falaremos, mais tarde, da questão das relações estratégico-instrumentais muitas vezes instauradas entre o cientista e os sujeitos vinculados ao seu objeto, bem como das contradições geradas por esse tipo de relação, na pesquisa da comunicação. Além disso, se for verdadeiro que o cientista labora por auto-convencimento e somente posteriormente, durante a fase de escrita do relatório direcionado à comunidade científica, confere coerência metodológica às suas conclusões, a pergunta que se torna pertinente é: porque não trabalhar a validade desse critério ou, no mínimo, dessas possibilidades metodológicas, no âmago da atividade científica explícita? O autor português menciona, nesse sentido, que, à medida em que ganha prestígio e consolida posições de poder, o cientista se arrisca mais a trazer o discurso privado para o âmbito público. Isso, de fato, podemos perceber em pensadores consagrados, como Wittgenstein, que rompe consigo mesmo no *Investigações Filosóficas*; em Gaston Bachelard, cujas formulações teóricas do final da vida permitiram que se falasse em um “Bachelard *noturno*”, marcado pela mística e a poesia; e em Foucault, em seu rompimento parcial com o sujeito-estrutura, nos escritos a respeito do desejo e da sexualidade. Nesse sentido, a linguagem técnica é o discurso da primeira ruptura e a linguagem metafórica, o da segunda ruptura. Boaventura Santos propõe uma linguagem

técnica popular, como configuração lingüística intermediária, que é o que se propõe adiante, na discussão metodológica deste trabalho.

2. Postura metodológica

Até aqui se expôs, de forma sintética, o posicionamento deste trabalho frente ao conhecimento, postulando, nos termos de uma epistemologia da incompletude, a possibilidade dos diálogos paradigmáticos, a fim de enfrentar os limites do saber procedendo a rupturas parciais e abarcando a noção de evento. Vinculou-se, também, a proposta de Boaventura Santos, para quem a resultante de um esforço científico culmina numa retórica do saber, dentro da qual o auto-convencimento do pesquisador converte-se em método a fim de alcançar credibilidade junto à comunidade científica, na condição de seu auditório relevante especializado.

Há, entretanto, dois outros posicionamentos, agora de caráter mais metodológico, que se deve explicitar, antes das considerações sobre o vôo concreto da pesquisa que culminou nesta Dissertação. Trata-se do modo como se procura vincular a teoria à prática, na defesa da postulação de um duplo objeto de pesquisa, e o procedimento que pareceu conveniente para a redação, momento em que se busca analisar a validade do argumento metafórico no dizer científico.

2.1 O duplo objeto: um modo de conexão entre teoria e prática

O procedimento usual em metodologia é a escolha do objeto, que pode ser teórico ou empírico, e, em seguida, o desenvolvimento da pesquisa em sua direção, movimentada no

sentido de revisar-lhe a bibliografia e proceder à investigação empírica. Os relatórios de pesquisa, ao final desse procedimento, são constituídos pela exposição do “estado da arte” do conhecimento a respeito do objeto e, depois, pela exposição e a análise dos dados. Não é incomum, contudo, nesses casos, ocorrer pelo menos um, de dois equívocos: primeiro, a leitura empírica ser condicionada pelo modelo teórico, de forma que o pesquisador faça escolhas tais que os critérios de relevância obriguem ao objeto “vestir” o modelo. Essa prática é típica no âmbito das ciências naturais, especialmente nas replicações quantitativistas de experiências em laboratório, quando praticamente desaparece toda e qualquer discussão sobre a validade e as possibilidades do método, que é tido como dado, pelo pesquisador. Nas ciências humanas e sociais, esse problema aparece na forma das crenças do pesquisador, que condicionam de forma irremediável a escolha dos dados considerados relevantes para a produção do conhecimento a respeito do objeto. E, o segundo equívoco é o da construção da teoria desconectada com a apropriação empírica, procedimento compreensivelmente usual nas dissertações filosóficas, dentro das quais os textos são produzidos na perspectiva de diálogos intertextuais. O primeiro equívoco revela uma pretensão totalizante do discurso teórico, ao se buscar uma adequação forçada ou o que, num olhar a partir de Alain Badiou, um forçamento excessivo, cujo caráter dogmático engendra o fracasso da jornada científica. E, o segundo equívoco, revela uma apropriação elitista e elocubrada da argumentação científica — que, no entanto, não deixa de ter seu valor, desde que não desvalorize as condições empíricas (sociais, culturais, etc.) de produção do discurso sobre o objeto.

Tais distorções são comumente discutidas por metodólogos e epistemólogos, os quais, não raro, propõem o exercício da reflexividade ou da auto-reflexão do cientista, como forma, senão de anular o problema, ao menos de amainá-lo ou, ainda, torná-lo tão explícito quanto possível. Tal é, por exemplo, o sentido da “vigilância epistemológica” de que fala Bachelard. Esse, também, é o propósito da defesa de uma “sociologia da sociologia”, por Pierre

Bourdieu. A postura reflexiva do pesquisador é bem aquela, revelada por Boaventura Santos, de que (1989, p. 84) “num mundo sem heróis, declarar a fraqueza não é sinal de fraqueza”. Entretanto, é o próprio Boaventura quem faz duras críticas à reflexividade.

Segundo este autor, há duas orientações reflexivas: a subjetivista, que questiona o sujeito epistêmico em confronto com o sujeito empírico; e a objetivista, que questiona o sujeito epistêmico na sua prática científica e os instrumentos metodológicos e analíticos. A linha subjetivista tem o defeito de pressupor que o cientista tem uma capacidade de auto-transparência, de auto-conhecimento, de auto-desvelamento, e que, a tarefa de explicitação de valores e premissas ideológicas constitui um acréscimo de objetividade. Boaventura argumenta que tais pressupostos são idealistas, pois o treino profissional não dá aptidão para o auto-desvelamento e a explicitação constitui um comportamento estratégico (é sempre feita contra a implicação de outrem) e tem sempre como premissa (não explicitada) o desvelamento que se pretende suscitar nos outros. Segundo o autor português, a reflexividade não produziu impacto na investigação, servindo apenas para a pacificação de consciências, a catarse, e só.

Já a linha objetivista questiona instrumentos teóricos e metodológicos, reconhece os limites à aspiração profética do sociólogo, critica o contexto institucional da sociologia e propõe a reflexividade como uma espécie de profissão de fé na ciência, numa sociedade que nunca produz ignorância ao acaso. “A ambição de fazer uma ciência da crença pressupõe uma crença na ciência”, afirma Boaventura Santos (1989, p. 93). Segundo ele, o problema desse modelo de reflexividade está na sua circularidade, isto é, no fato de esperar que a crítica dos instrumentos seja possível apesar de estar sendo feita com esses mesmos instrumentos, usados acriticamente.

A postura de Boaventura Santos é razoável. Para ele, a limitação das linhas objetivista e subjetivista da reflexividade é centrar a reflexão no sujeito cientista e nos seus utensílios, e

não na ciência, enquanto prática social privilegiada, produtora de conhecimentos socialmente privilegiados. Nesse sentido, a reflexividade seria uma expressão teórica da ambigüidade que representa o fim do consenso positivista e sua principal consequência epistemológica, que foi criar um campo para a obsessão do método. A vantagem da reflexividade foi, nesse caso, ter humanizado o processo científico, isto é, tornado claro que os cientistas são seres humanos, e tão seres humanos quanto são aqueles sobre os quais eles refletem, o que revela um dos aspectos mais interessantes da complexidade da ciência.

O que Boaventura Santos faz, no entanto, não é outra coisa, senão reflexividade. O debate epistemológico, indiscutivelmente, é um debate tipicamente reflexivo, pelo seu teor metateórico. É útil chamar a atenção, neste ponto, para a questão da reflexividade, a fim de apresentar, ainda que *en passant*, um terceiro sentido para este conceito, importante para o posicionamento metodológico adotado neste trabalho. Trata-se do conceito de reflexividade trabalhado por Anthony Giddens, Ulrich Beck e Scotth Lash, em *Modernização Reflexiva*, e que supera esse conceito de reflexividade como reflexão, passando a considerá-la como o movimento cotidiano de desdobramento da realidade sobre si mesma, no processo gerador do novo, do evento.

Aplicado ao debate metodológico, a proposição deste trabalho é de que a pesquisa se vincule sempre a um duplo objeto, fazendo convergir reflexivamente um sobre o outro, numa abordagem fundada na consciência prévia de sua incompletude irremediável. Dentro de nossa proposição, seriam dois objetos, sendo sempre um marcadamente teórico e outro, empírico. Assim, o trabalho sobre o objeto teórico seria a busca da rediscussão contínua da teoria, e não apenas a ratificação de escolhas do pesquisador (numa visão voluntarista), em função das necessidades interpretativas do objeto empírico. Isso traria a vantagem de conferir a necessária dignidade à construção teórica, à intertextualidade dos textos científicos. E, por outro lado, o trabalho voltado para o objeto empírico seria a busca da intersubjetividade

construtora do conhecimento, junto daqueles cuja atividade não está prioritária ou sistematicamente voltada para esse sentido. O elo de ligação entre os dois objetos seria, justamente, o movimento reflexivo capaz de fazer um dobrar-se ante o outro, resultando daí no evento científico, o conhecimento novo.

A principal vantagem desse procedimento seria a de conectar de maneira interna e intensa os saberes teórico e prático, dando-lhes consistência metodológica, por meio da transformação das categorias da teoria e da prática, elas próprias, até então foi consideradas meros aspectos de abordagem, em objetos de pesquisa.

Esta Dissertação trabalha dentro dessa perspectiva. Dois são os objetos deste trabalho: um objeto teórico, consubstanciado na busca por uma teoria intersubjetivista e fenomenológica da comunicação; e um objeto empírico, representado pela busca do entendimento das políticas de programação de rádio e televisão. Os resultados desse tentâmen, no entanto, sofrem os problemas da natureza transitória de uma Dissertação de Mestrado, preparada como um encaminhamento para a continuidade dos estudos em uma futura Tese de Doutorado. Tal é a razão fundamental pela qual o objetivo teórico esboçado apenas se inicia e a avaliação empírica se apresenta na ausência de seu mais complexo agente: o público “receptor”.

O estudo teórico se concentra nos conceitos de *esfera pública* e *ação comunicativa* em Habermas, em meio a algumas propostas ainda hipotéticas de ampliação conceitual, a fim de buscar solução a problemas empiricamente percebidos nas programações estudadas. E, a abordagem do objeto empírico se dá dentro dessas condições de juízo teórico, movimentando-se no sentido de superar, o quanto possível e, quase sempre, de forma parcial, isto é, adotando parcialmente as abordagens tradicionais acerca das programações, e sempre buscando combinar um olhar intersubjetivista, que as perceba como relações sociais de construção de sentido, a um olhar fenomenológico, que as pressinta em sua natureza de eventos, isto é, numa

perspectiva de incompletude, que implique a desistência de qualquer pretensão totalizante ou definitiva para o(s) modelo(s) apresentado(s). Dentro desse modo de pensar, a Dissertação procurará apresentar, a todo tempo, uma discussão teórica que se debruce sobre o empírico, e um debate empírico que ressalte o seu valor teórico, rompendo, nesse sentido, com a divisão positivista de uns capítulos ou lugares para a revisão da teoria e outros, para os relatos de pesquisa. A proposta é combinar ambos os aspectos numa apropriação de sentidos que possibilite o permanente diálogo, uma vez que o trabalho, durante todo o tempo, está centrado em dois objetos distintos, porém inter-relacionados e, mais ainda, reflexivos, isto é, interatuantes.

2.2 A metáfora como caminho do dizer múltiplo

Desde que Charles Taylor e Alvin Gouldner, conforme Habermas (1983, p. 44), posicionam-se contra a possibilidade de linguagens axiologicamente neutras no domínio das ciências compreensivas, tem sido obrigatória a discussão sobre as características, limites e, sobretudo, as condições de possibilidade do discurso científico. O interesse, neste ponto, é o de defender uma maior abertura no aproveitamento das oportunidades do dizer, a fim de não apenas embelezar, tornando mais palatável, como também ampliar as possibilidades de significação, a partir da interação que se cria, embora de modo mais elitizado, entre o texto do pesquisador e o trabalho de leitura. Por tal razão, a segunda questão que julgamos fundamental discutir, e que reservamos para este capítulo, é a da validade da metáfora no dizer científico.

Observamos quatro características do discurso acadêmico, em sua herança fortemente iluminista e, em muitos dos casos, positivista: a exigência de fala na terceira pessoa, a exigência da semântica literal, a exigência de referencialidade em fatos e a exigência de referencialidade em autores relevantes. A primeira exigência expressa uma pretensão de universalidade: o discurso na terceira pessoa pretende sempre deslocar o proferimento para o mais distante possível da subjetividade do pesquisador (falante) e da do leitor (ouvinte), resultando na impressão de que se trata de conteúdos cujas validade e verdade independem de contextos não objetivados. A segunda exigência prende-se à pretensão de domínio da interlocução: a literalidade semântica objetivista — ou a sua tentativa — pretende restringir ao máximo a plurissemia das interpretações pelos interlocutores, resultando na impressão de que o texto versa sobre assuntos “exatos”, utilizando, para isso, palavras e expressões igualmente “exatas”. A terceira exigência vincula-se, mais diretamente, à pretensão de objetividade, isto é, a categoria “fatos” pretende uma vez mais remeter o lugar de fala para o mundo objetivo, conferindo a impressão de que são as coisas que estão a falar, sendo o cientista apenas aquele que constata a verdade inserida e transparente na realidade. E, por fim, a quarta exigência remete-nos à pretensão de continuidade e de autoridade, ou seja, pretende dotar o argumento do saber à tradição do próprio saber e, além disso, reforçar os ditos pela cumplicidade intertextual de autoridades, o que constitui, sem dúvida, um tipo de argumento *ad hominem*.

Sem, evidentemente, qualquer pretensão de completude, este trabalho procura operar alguns rompimentos (parciais) nesse modo de ver e tratar o conhecimento: Primeiramente, contra a pretensão de universalidade, já foi proposta uma epistemologia da incompletude; em seguida, contra a pretensão de objetividade, a opção se deu pelo tratamento pragmático intersubjetivista; terceiro, contra os regimes de autoridade e continuidade, admitiu-se a noção de evento, como a condição reflexiva da mudança; e, por fim, contra a pretensão de domínio

através da literalidade, a proposta, para a qual foi reservado este capítulo, é a incorporação (embora obviamente não exclusiva) da metáfora e de suas incertezas e jogos, no interior do texto científico. E esse procedimento é a alternativa para as diferentes conceituações do objeto empírico central desta Dissertação: as programações de rádio e televisão.

A metáfora é, talvez, a figura de linguagem que, paradoxalmente, maior fascínio e mais intensa rejeição tem causado a filósofos e cientistas, ao longo da história, especialmente no período moderno. Aliás, a relevância desse tema surge não apenas do fato de, conforme confessa Jorge Campos (1996, p. 9), a metáfora ser “... absolutamente problemática para a ampla comunidade de interessados em esclarecê-la teoricamente”, mas sobretudo porque suas sentenças,

“... se não esclarecidas, podem constituir-se em ameaças de obscuridade à suposta clareza e objetividade de suas investigações. De fato, presente nas mais diversas áreas do conhecimento, o paradoxal contraste entre a simplicidade das intuições para identificar a metáfora e produzi-la e a absoluta complexidade para explicá-la caracteriza um verdadeiro desafio à racionalidade do uso da linguagem”.

Há, basicamente, três formas de abordar a metáfora, no campo da semântica: a *figurativista* ou *desviante*, que busca estudá-la na perspectiva da distinção entre significado literal e significado figurativo, interpretando-a, destarte, como um desvio da linguagem literal; a *interacionista*, que propõe que a metáfora realiza uma interação, comparação ou similaridade entre dois objetos; e a *pragmática*, cujo fundamento é o estudo da distinção entre o significado das palavras e sentenças e o significado do falante, ou o que o falante quer dizer com o uso que faz delas. A primeira abordagem é amplamente contestada hoje pelos lingüistas, como Davidson (apud Finger, 1996), para quem não há um significado metafórico além do literal e a idéia de desvio não é suficiente para explicar como as metáforas funcionam. A visão interacionista, que remonta a Aristóteles, é criticada por Searle (apud

Finger, 1996), segundo o qual as metáforas não produzem qualquer interação entre conteúdos semânticos. E, por fim, a apreensão pragmatista tem sido a que tem convergido os estudiosos, a partir da proposta de Grice (apud Finger, 1996), cujo enfoque fundamental está na distinção entre o significado das palavras e o do falante, tomando como pista para o seu desvelamento o estudo da falsidade óbvia, isto é, o fato de uma metáfora, tomada em seu sentido literal, ser falsa e, entretanto, isso ser inteiramente perceptível ao interlocutor, sem que por isso ocorra qualquer quebra na confiança da interlocução ou no valor de verdade das proposições.

Não há, neste capítulo metodológico, espaço nem utilidade em tratar com profundidade e detalhe dessas diferentes abordagens, suas possibilidades e limites. O interesse neste momento é tão somente salientar algumas características que tais estudos têm apresentado, objetivando justificar o proveito do uso da metáfora neste trabalho e a coerência que tal uso tem com a proposta epistemológica aqui apresentada.

Nesse sentido, tomamos por base a atualização operada por De Almeida e Finger (1996) à compreensão semântica dessa figura de linguagem. Esses autores partem de uma abordagem pragmática, por ser uma condição básica para a compreensão da metáfora o fato de ser seu entendimento inteiramente vinculado ao contexto da interação social. Assumem, assim, de partida, a idéia griciana básica, de procurar conhecer como o falante se compromete com a proposição subjacente à óbvia falsidade que a metáfora enuncia. E, dessa perspectiva, propõem um *princípio de caridade*, definido pelo axioma de que os ouvintes tentam maximizar a coerência na atribuição de crenças aos falantes de que sejam interlocutores, e que, conforme esses autores (1996, p. 88), “governa todo e qualquer ato de atribuição racional de crenças, não sendo, portanto, um princípio específico da interpretação do discurso não-literar”. Assim, através de um processo de inferência pragmática, o ouvinte deve levar em consideração *todas* as crenças que possui em seu sistema doxástico sobre o falante, a fim de identificar as interpretações mais apropriadas e, dessa forma, maximizar a coerência. Nesse

caso, o contexto pode ser favorável, contribuindo para a escolha da crença que melhor maximize a coerência, ou hostil, como no caso dos proferimentos vagos, para os quais não há como ser caridoso. No entanto, De Almeida e Finger afirmam que (1996, p. 88)

“é justamente a ‘hostilidade’ do contexto – a impossibilidade de obter-se um único conteúdo proposicional, como resultado do processo inferencial de interpretação da metáfora que maximiza a coerência no sistema doxástico atribuído ao falante – que produz aquilo que chamamos a ‘riqueza’ da metáfora”.

Esse movimento pragmático, de deslocar o significado do ato de fala para o contexto em que se fala, ou seja, fora do universo do texto, e de admitir a inserção necessária do interlocutor no processo semântico, é, a nosso ver, extremamente coerente com a proposta epistemológica delineada nesta Dissertação. É coerente com uma teoria argumentativa da ciência, pois, ao inserir o ouvinte de forma radical na construção do significado, vincula as possibilidades de realização do sentido às características performáticas da interação entre os interlocutores, isto é, não apenas ao sistema de crenças que está em jogo, mas também ao *como* tal interlocução se dá, o que chama a atenção para as pretensões habermasianas de validade da interação comunicativa. E é coerente com uma proposta epistemológica de incompletude, vez que a possibilidade da riqueza interpretativa, anexada por De Almeida e Finger à “hostilidade” do contexto em fornecer *background* interpretativo de crenças, é, nesse ponto de vista, claramente uma abertura polissêmica para a relação de conhecimento.

Com base nessas coerências, acrescenta-se, num enviesamento proposital rumo à discussão epistêmico-metodológica, algumas proposições a essa visão intersubjetivista e semântico-pragmática da metáfora, que concluem por uma abordagem comunicacional dessa figura de linguagem e, por conseguinte, do dizer acadêmico.

- (a) O falante não controla o ouvinte. As pretensões de poder entranhadas no ato metafórico de fala fracassam tanto mais, quanto maior for a sua “riqueza”

metafórica. Reconhecendo, como postulamos no início, que a literalidade semântica no discurso científico está associada a uma pretensão de controle performático dos significados no âmbito da interpretação, propõe-se a desvinculação possível da ciência de suas históricas características estratégico-instrumentais. É claro que não se pretende, com isso, reduzir toda a literalidade à racionalidade orientada ao poder, por reconhecer sua utilidade como conferente de precisão semântica e inteligibilidade às proposições do saber sistematizado. Considera-se, porém, que tal pretensão igualmente não pode subsumir *todo* o dizer científico, sob pena de, como menciona Boaventura Santos (1989, p. 129), sua ausência ser apenas “o efeito ilusório da sua presença dormente”. Afinal, como afirma este autor (1989, p. 130), “... expressões lingüísticas usadas recorrentemente pelos cientistas podem parecer a estes expressões normais, literais, e a um observador estranho expressões metafóricas”.

- (b) O interlocutor, contudo, não interpreta como quer. Não cabe, portanto, uma abordagem voluntarista da interpretação, como muitas vezes se caracterizou a pesquisa de recepção no Brasil, especialmente durante a década de 80. Nem para o falante, nem para o ouvinte, a metáfora tem conteúdo ilimitado, mas a postulação inserta neste trabalho é em favor de uma negociação dos sentidos. O que se pretende, neste caso, é prioritariamente a inserção, julgada evidente, do outro no processo de construção do significado, ou, no dizer de Habermas (1983, p. 43), os intérpretes, “... eles próprios se vêem envolvidos nas negociações sobre o sentido e a validade dos proferimentos”, sendo que, conforme esse mesmo autor, numa proposição que é vital para este trabalho e que se procurará desenvolver melhor adiante, “ ‘compreender o que é dito’ exige a *participação* e não mera *observação*”.

- (c) A metáfora possui, portanto, um precioso potencial comunicativo, que, nesse caso, está localizado em sua interessante ambigüidade: de um lado, constitui, como faz ver Ingrid Finger (1996, p. 67), um caso típico de asserção, ou seja, “... uma sentença que é usada metaforicamente possui exatamente as mesmas condições-de-verdade que teria se fosse usada literalmente pelo falante, e que, portanto, (...) expressam enunciados que são verdadeiros ou falsos”, sendo possível ao interlocutor posicionar-se diante de suas implicações semânticas; e, por outro lado, a metáfora possibilita um nível mais livre de interpretação e, mesmo, a possibilidade de expressar *insights*. Como afirma MacCormac (apud Campos, 1996, p. 12), “a metáfora é praticamente inevitável na tradução do que se desconhece para o que se sabe”, ou, como reconhece Bergmann (apud Finger, 1996, p. 63), “existem coisas que podem ser ditas por metáforas para as quais não temos palavras literais⁴”.
- (d) Tais características possibilitam o desenvolvimento de condições de operar a dupla ruptura, postulada por Boaventura Santos (1989), vez que a utilização da metáfora (e, conforme esse autor, também a analogia) promovem uma aproximação da linguagem cotidiana, que é onde essa figura de linguagem viceja em sua maior riqueza, construindo ditos populares, exprimindo interpretações, mitos e crenças. Anexado, de forma parcimoniosa, ao discurso científico, como pretendemos ter feito nesta Dissertação, o argumento metafórico possibilita ainda considerar o entendimento não apenas em seu valor de verdade, mas, analisando-o de forma

⁴ Merrie Bergmann assume essa proposição enquanto possibilidade, conforme menciona Ingrid Finger, segundo a qual (1996, p. 63), “essa citação pode ser considerada correta se for interpretada como uma afirmação de que a linguagem não dispõe de recursos que possibilitem a re-enunciação, numa paráfrase, de determinadas proposições. Bergmann alega que, embora seja possível que esse tipo de lacuna realmente exista na linguagem, não se conhece nenhum caso convincente em que tenha sido preenchida por uma metáfora. Por outro lado, defende que é correto dizer que existem certos significados não-proposicionais que não são parafraseáveis precisamente por qualquer expressão literal, se contarmos somente com os recursos disponíveis na linguagem”.

comunicativa, incluir nas relações eventuais que desencadeie, a discussão sobre suas pretensões de validade, enquanto discurso racionalmente orientado.

- (e) Por fim, parece-nos que a metáfora possibilita também a introdução da figura do evento, *qua* deriva derridiana do texto, de forma explícita, no trabalho com pretensões científicas. Com a sua comunicação ou publicação, enriquecido das metáforas que, reconhecemos, são mais demonstrativas do que explicativas de seus conteúdos, as relações que venha a criar ganham em possibilidades criativas de novos sentidos, não pensados pelo autor.

Por tais razões e, talvez por outras ainda não percebidas, temos buscado na metaforização uma forma cientificamente válida de produzir conhecimento, ao menos nas ciências humanas. Por isso, a propusemos como método, na redação desse trabalho dissertativo, embora a tenhamos usado da forma mais parcimoniosa possível.

2.3 O método deste trabalho, até onde foi possível...

A exposição da base metodológica dessa pesquisa não pretende ser fundadora de novidades num terreno tão complexo. Tentar-se-á descrever, de forma coerente, o planejamento feito na fase de projeto e suas modificações e dificuldades empíricas, a fim de deixar suficientemente explícita a evolução do trabalho que resultou nesta Dissertação. Isso o fazemos, por considerar um dever reflexivo registrar o vôo desta pesquisa e, claro, seus interregnos.

Este trabalho incluiu, desde o início, dois pressupostos metodológicos, a saber:

- (a) o de que a relação política de forças, a caracterização dos agentes e os princípios gerais do resultado discursivo da programação não são diferentes entre as emissoras de rádio e as de televisão (ao menos, não mais do que destas entre si, dadas as variações em suas características e peculiaridades), o que implica sobretudo a desqualificação do discurso do rádio ou do da televisão como dados, tecnicamente gerados. Neste trabalho, rádio e televisão fazem parte do mesmo campo social, o da comunicação social moderna e da composição de esferas públicas ampliadas, apesar de se inserirem de forma diferente e instaurarem tais relações sociais e históricas de forma diversificada.
- (b) o de que é possível realizar uma análise comparativa entre políticas de programação incidentes numa mesma região geográfica ou populacional — o que denominamos disponibilidades programáticas —, embora nada impeça que os critérios adotados sirvam para estudos de caso, até porque são constituídos de técnicas comuns às pesquisas sociais em geral. Nesse caso particular, o universo de pesquisa escolhido foi o das emissoras do aglomerado urbano de Goiânia. A região possuía à época 15 emissoras de rádio, entre AMs e FMs, e 5 de televisão (Figura 1). Realizou-se inicialmente o mapeamento das programações, a partir das grades cedidas pelas próprias emissoras.

EMISSORAS DO AGLOMERADO URBANO DE GOIÂNIA (Em Maio/96)		
<i>Onda Média</i>	<i>Frequência Modulada</i>	<i>Televisão (Aberta)</i>
Rádio Brasil Central	Rádio Brasil Central	TV Anhanguera (Globo)
Rádio Difusora	Rádio Araguaia	TV Serra Dourada (SBT)
Rádio CBN Anhanguera	Rádio Executiva	TV Brasil Central (Cultura)

Rádio Aliança	Rádio Terra	TV Record
Rádio Jornal de Goiás	Rádio Atividade	TV Goiânia (Manchete)
Rádio Riviera	Rádio Jovem Pan	
Rádio Universitária	Rádio Transamérica	
Rádio Clube de Goiânia (hoje Rádio K do Brasil)		

Figura 1

A aplicação da metodologia previu inicialmente o desenvolvimento de uma estratificação, que se deu em três fases:

Abordagem das programações — O estudo das programações das emissoras de rádio e televisão do aglomerado urbano de Goiânia foi procedido por um corte metodológico e uma avaliação qualitativa. O corte metodológico se deu em dois níveis, a saber:

Escolha da amostra das emissoras — Neste nível de corte metodológico utilizou-se o critério de reunir, dentro do menor número possível de casos, a maior quantidade possível das características consideradas importantes ou condicionadoras dos perfis programáticos, sem a pretensão de abrangê-los todos. Tais características são aqui divididas em dois tipos:

Características da emissora — Ou, parcialmente, o que Martí i Martí (1990) denomina “condicionamentos internos”, isto é: (a) Titularidade ou natureza da propriedade da emissora, que pode ser estatal ou particular; (b) Banda de frequência, subdividida em AM, FM e TV (em seus diversos tipos: Aberta e por Assinatura); (c) Autonomia programática ou grau de capacidade interna de decisão quanto à instauração de políticas de programação, que, a grosso modo, supôs-se nos termos de alto, médio e baixo grau de autonomia; e (d) Natureza

da origem dos recursos de sustentação ou existência ou não de interesse comercial como fator de da linha programática. A adoção desse critério, para o rádio, resultou na análise contida na figura 2.

Características da programação — Para cujas definições são utilizados dois critérios básicos:

<i>EMISSIONA</i>	<i>PROPRIETARIEDADE</i>	<i>FREQUÊNCIA</i>	<i>AUTONOMIA</i>	<i>LINHA</i>	<i>SEGMENTAÇÃO /ESPECIALIZAÇÃO</i>
TV Anhanguera	Particular	TV	Baixa	Comercial	Geralista
TV TBC-Cultura	Estatual	TV	Alta	Comercial	Educativa
TV Record	Particular	TV	Baixa	Comercial	Evangélica
Rádio Aliança	Particular	AM	Média	Comercial	Evangélica
Rádio CBN-Anhanguera	Particular	AM	Baixa	Comercial	Informativa
Rádio Brasil Central	Estatual	FM	Média	Comercial	Popular ou sertanejo
Rádio Transamérica	Particular	FM	Baixa	Comercial	Jovem
Rádio Executiva	Particular	FM	Média	Comercial	Classe A

Figura 2

- (a) Segmentação hipotética do público-alvo, que, com base na realidade observada *a priori* em Goiânia (mais definidora para o meio rádio do que para o televisão), tende para os tipos: Popular/sertanejo; jovem; classe “A”; evangélicos; e não claramente segmentados ou segmentados por horários; e
- (b) Especialização da programação, que tem haver com a unificação de formatos (como, por exemplo, as rádios “só notícias” ou “exclusivamente música”, e a maioria das programações de TV a cabo e por assinatura), o que de alguma forma implica segmentação do público-alvo, embora a recíproca não seja verdadeira.

A tipologia acima mencionada não pretendeu traçar categorias universais ou estanques para uma classificação de emissoras e programações. E essa despretensão se baseou em duas razões fundamentais, de caráter epistemológico: primeiro, o fato de as taxonomias constituírem expressões de índole quantitativista e de validade duvidosa nas ciências humanas; e, segundo, porque a realidade prática das emissoras num mundo culturalmente globalizado e tecnologicamente vertiginoso deixa pouca possibilidade de acerto para as técnicas classificatórias. A tipologia referida limitou sua funcionalidade à instauração de critérios mínimos, regional e relativamente válidos, para a determinação da amostra dos casos que serviram a esta pesquisa.

Tal escolha sofreu modificações, ao longo da pesquisa. A Rádio Transamérica, por exemplo, deixou a praça de Goiânia, antes que a abordagem qualitativa se iniciasse, passando a retransmissora a adotar um perfil voltado semelhante à da Rádio Executiva (estilo “Classe A”). Por essa razão, foi retirada da amostra. A Rádio Aliança foi vendida a um grupo evangélico goiano no final de junho de 1997; foi, então, mantida por prosseguir dentro dos critérios adotados. A Rádio Brasil Central foi completamente destruída por um incêndio, no início de outubro de 1997; não houve tempo para investigá-la antes que o incidente ocorresse, como foi possível proceder com a TBC-Cultura. Por isso, foi mantida apenas esta última. Ao

final do processo de pesquisa, com as adaptações possíveis ao dinamismo das modificações patrimoniais e programáticas das emissoras em Goiânia e ao curto prazo que se teve para proceder à investigação, restaram mantidas no quadro analítico desta Dissertação as seguintes emissoras: TV Anhanguera/Globo (Organização Jaime Câmara), TV Brasil Central/Cultura (Estado de Goiás), TV Record (Igreja Universal do Reino de Deus); Rádio Executiva FM (Organização Jaime Câmara), Rádio CBN Anhanguera AM (Organização Jaime Câmara) e Rádio Aliança AM (Transmundial/Ministério Comunidade Cristã).

Escolha da amostra das programações — Escolhidas as emissoras, no âmbito possível dos critérios determinados, passou-se ao segundo nível do corte metodológico, a fim de determinar as amostras do conteúdo programático a ser utilizado como base para a coleta de dados. Trabalhou-se, para isso, com dois pressupostos, que se convertem em critérios metodológicos:

Admitiu-se por princípio que as programações se desenvolvem por meio de ciclos narrativos, conceito que, para Cebrián Herreros (1992), representa o elemento “continuidade”, dentre os que definem uma política de programação, a qual é estabelecida por esse autor como sendo “macrouniões” narrativas, a se repetirem por ciclos, nas quais se incluem critérios de relevância da mensagem, do ponto de vista do emissor e como parte da estratégia discursiva, e que funcionam como instruções para o receptor, sobre o modo de usar o texto e como princípio de ordem para se orientar dentro do conjunto de discursos (Signates, 1995, p. 20). Tais ciclos são determinados, prioritariamente, pelos hábitos horários sociais, o que lhes dá, conforme Mônica Nunes (1993, p. 27 e seg.), uma dimensão ritualística e política, isto é, atuando tanto como recriação simbólica e renovada no tempo dos ritos sociais (signos de renovação periódica), quanto como controle da organização social através do calendário (“Os que controlam o calendário controlam indiretamente o trabalho, o tempo livre e as festas” —

Le Goff, citado por Nunes, p. 28). Para efeito da aplicação metodológica, generalizou-se esses ciclos em quatro unidades diárias, de seis horas cada, a saber: Manhã (6-12 horas), Tarde (12-18 horas), Noite (18-24 horas) e Madrugada (0-6 horas). Tais categorias não são arbitrárias e fazem parte do cotidiano da maioria das programações, da divisão do trabalho (turnos) dos agentes profissionais e, inclusive, da linguagem do meio, servindo, mesmo, para denominar programas e blocos dentro da programação⁵.

Os ciclos narrativos usualmente diferem entre si conforme a emissão pelos dias da semana. Assim, as programações costumam permanecer semelhantes de segunda a sexta, diferindo no sábado e no domingo. Essa estratégia está igualmente ligada aos hábitos sócio-laborais dos ouvintes. Por tal característica, as gravações para a pesquisa puderam ser feitas pela escolha aleatória de um dos dias de semana, e, obrigatoriamente, no sábado e no domingo, objetivando a percepção das alterações de fim de semana, dentro da mesma programação.

Os programas, em sua maioria, se inserem nas programações orientados pela chamada “hora cheia”, razão pela qual a coleta de dados foi procedida pela gravação de, no mínimo, uma hora, escolhida pelo método aleatório, dentro de cada ciclo horário (turno), em cada emissora selecionada para a pesquisa. Essa base quantitativa não constituiu elemento definidor absoluto das audições a feitas objetivando a análise, vez que gravações julgadas inconsistentes durante a audição e análise foram repetidas e, o que foi mais significativo, o processo de observação, porque ocorreu em outro período, embora dentro dos dois anos delimitados, redundou em modificações inúmeras, tornando, muitas vezes, bastante prejudicado o trabalho de análise de conteúdos e grades.

⁵ Uma alternativa metodológica a este critério homogeneizador pôde ser desenvolvida a partir de consultas aos programadores (agente profissional), buscando neles as informações básicas sobre a relação horário-conteúdo dos diversos programas, a fim de determinar os ciclos narrativos com exatidão específica a cada emissora. Em Goiânia, há pelo menos uma emissora (de rádio), direcionada para ouvintes de zona suburbana e rural, que

Abordagem qualitativa — O estudo comparativo de casos através da abordagem qualitativa constitui uma tradição rica das ciências sociais. Sua justificação está, segundo Haguette (1987, p. 17), na pressuposição de que a realidade social “é constituída de microprocessos que, em seu conjunto, configuram as estruturas maciças” da sociedade, as quais “existem e devem ser conhecidas, mas é a ação humana, a interação social, que constitui o motor da história”. Sem se colocarem como alternativas aos métodos quantitativos, os métodos qualitativos são, para a autora, superiores, por pressuporem a “maior relevância do aspecto subjetivo da ação social e a incapacidade da estatística de dar conta dos fenômenos complexos e dos fenômenos únicos (p. 55). Para Boaventura Santos, por sua vez, o próprio quantitativo é, também, um juízo qualitativo e, se essa qualidade implícita não puder ser pressuposta, o método colapsa (1989, p. 125).

Entrevistas e observação com os agentes — A busca por relatos dos agentes foi gravada, sempre que houve permissão do entrevistado, e pretendeu basicamente identificar, através das técnicas de entrevistas despadronizadas ou não estruturadas, do tipo focalizadas (Marconi&Lakatos, 1985) e observação não participante: (a) Que interesses e peculiaridades o identificam como agente de programação; (b) O modo como vêm e interferem na programação, inclusive, no caso dos agentes patrimoniais e profissionais, como providenciam a solução de contradições e irregularidades; (c) Quais e como se caracterizam as relações sociais e políticas com os demais agentes, na gestão de seus interesses em relação à programação. Essa espécie da “sociologia da programação” foi trabalhada de modo excêntrico, começando pelos agentes patrimoniais e profissionais e, em seguida, percorrendo

inicia o ciclo “manhã” às quatro horas e diferencia radicalmente a programação ao meio-dia, por uma hora, criando o que poderíamos denominar “ciclo almoço”.

os demais atores sociais, das diversas emissoras pesquisadas ou vinculados às instituições a que se vinculavam (como os órgãos do governo, por exemplo, no que diz respeito ao agente político; ou as agências de publicidade, no caso do publicitário; ou igrejas e associações, no caso do agente propagandístico; etc.). Não foi fixada uma quantidade fixa para as entrevistas, nem foi considerado necessário abordar todos os agentes vinculados às emissoras. Adotou-se, com honestidade, como critério definidor do método o auto-convencimento do pesquisador, durante o processo de investigação.

Nesse sentido, os agentes foram definidos em seis tipos básicos, os quais foram, desde o princípio, considerados metodologicamente, isto é, admitidos como referenciais para a prática da pesquisa empírica, e não como posições funcionais de descrição da realidade, o que significa que não há qualquer compromisso teórico de identificá-los em todas as programações ou de mensurar o grau de poder ou determinação de cada um, e sim em descrever e analisar a natureza de suas relações entre si e com os demais, objetivando verificar os sentidos programáticos que tal intersubjetividade desencadeia. São os seguintes, os agentes abordados pelo método:

- a) **Patrimoniais** — Os proprietários das concessões, cuja interferência na grade programática e na inserção e limitação de conteúdos é variada, dependendo, inclusive, do formato institucional da emissora (estatal ou particular, conceitos utilizados em condições teóricas diferentes de “público” e “privado”).
- b) **Profissionais** — Os técnicos encarregados da produção e da manutenção programáticas. São, além de agentes ou agentes diretos, instâncias mediadoras ou sujeitos da resolução das contradições operadas pelos demais atores sociais, e sua atuação nesse sentido é dependente do peso político próprio (usualmente definido pela hierarquia organizacional da emissora) em relação à condição social e política da interferência.

- c) **Políticos** — Abrangendo um conceito estrito de político, no sentido de “classe” ou “categoria” dos profissionais da política partidária ou governamental. Incluem-se, portanto, as esferas do governo e dos partidos e atuam por diversos meios, tornando a capacidade de interferência desses atores notória durante os períodos eleitorais, de forma explícita (horários de propaganda eleitoral) ou implícita (via noticiários, comentários, etc.).
- d) **Publicitários** — Os agentes de publicidade e os anunciantes em geral. Essa categoria é a que possui maior vinculação com a estrutura formal da programação, na medida em que suas inserções são demarcadas, na maior parte das vezes. Há, entretanto, o uso recente de artifícios que têm implicado o imbricamento da dimensão publicitária com as demais, seja pela introdução dos assim chamados “merchandising”, seja na apropriação do ordenamento discursivo da publicidade pelas categorias do jornalismo (reportagens sobre campanhas, produtos e empresas) e da música (“clips”).
- e) **Culturais** — Numa visão abrangente da cultura, inserimos aqui os que buscam a programação com objetivos de divulgação de conteúdos e artes em geral. Músicos, poetas, promotores de eventos religiosos, culturais ou científicos, etc. Esta é, com certeza, a única via organizada não institucional de interferência na programação, sendo lícito aventar até que ponto não se constitui, ora um braço de outro agente, ora uma esfera de atuação da própria audiência.
- f) **Receptores** — A audiência (ouvintes ou telespectadores), cuja atuação pode ser direta, porém eventual e autoritariamente controlada, na forma de telefonemas, cartas, concessão de entrevistas de rua, etc., ou indireta e objetivada de forma que sua responsividade é determinada por parâmetros ou categorias teóricas a priori (fundadas no raciocínio segmentador do marketing e da propaganda, que Cotrim

(1988, p. 23) subdivide em seis: demográficos, culturais, econômicos, geográficos, sociais e psicológicos). É, sem a menor dúvida, o grupo de atores sociais que menos interfere na construção discursiva da programação, a qual, aliás, se instaura de forma retórica, exatamente porque funciona dentro da lógica da sedução. As possibilidades de audiência não-passiva, que constituem o desafio da pesquisa em comunicação social na atualidade, deverão ser objeto privilegiado de minha tese de doutoramento.

Nunca é demais considerar que esses grupos sociais constituem categorias de análise, cuja pretensão não é de modo algum totalizante e cuja presença neste trabalho objetiva tão somente propor uma base metodológica para a abordagem da programação como objeto discursivo. A interação dos agentes na constituição do discurso programático é difusa e complexa, e ocorre historicamente, sendo discutível, do ponto de vista epistemológico, as possibilidades da razão para construir o discurso do saber que dê conta da realidade em permanente mutação, na qual estão inseridos.

Uma peculiaridade digna de nota, na metodologia deste trabalho, foi a dispensa da transcrição *in extenso*, ou, dito de outra forma, a opção pela transcrição relevante, o que significa que o trabalho de transferência dos ditos ao papel foi estratificado, tendo em vista a produção dos relatórios finais de pesquisa. Essa opção abrangeu todo o trabalho de coleta e ordenamento de dados (gravações de programações e entrevistas) e seu procedimento se justificou por duas razões fundamentais: (a) por considerar que a transcrição para a linguagem escrita constitui uma redução que, para efeito da análise, acaba determinando juízos de valor passíveis de viés, na medida em que destaca os conteúdos falados eliminando a riqueza enfática com que são pronunciados, isto é, causando um “esfriamento” irreversível de conteúdos; além disso, há formatos nas programações, como a música de fundo (BG), no rádio, e a própria imagem, na televisão, que são impossíveis de se transcrever, embora

absolutamente determinantes para a resolução discursiva das programações. E, (b) o trabalho de transcrição resultaria num esforço até certo ponto inútil e custoso, e, portanto, desnecessário. A análise pôde ser feita diretamente sobre o material gravado, com o auxílio de repetições comentadas, anotações e transcrições do que foi considerado relevante, em face dos objetivos da pesquisa.

No que respeita aos resultados colhidos dessa fase qualitativa, julgou-se, ao fim e ao cabo, que somente uma metáfora é capaz de descrever o que foi feito, junto às emissoras pesquisadas, para o alcance das categorias e interpretações constantes neste trabalho: em cada uma delas, procurou-se entrar com leveza, como uma folha ao vento, sem precisar demais as categorias e permitindo que o interesse dos agentes contatados levasse o pesquisador a essa ou aquela atividade de planejamento ou inserção. Em seguida, à medida em que se aprendia a respeito das rotinas, regras, motivações e relações entre eles, encaminhava-se determinando o sentido do interesse vinculado aos objetivos da pesquisa, buscando, contudo, manter a mesma leveza, agora, contudo, como a de um pássaro. Entrar *folha* e sair *pássaro*⁶: eis o que foi tentado, todo o tempo. Não faltaram problemas, contudo, para que essa metamorfose epistêmica ocorresse...

Foram elementos problemáticos, na aplicação desta metodologia:

A dinâmica extremamente veloz das políticas de programação. Durante a pesquisa, que abrangeu os anos de 1996 e 1997, uma das emissoras deixou de veicular a programação gravada, duas emissoras sofreram com incêndios; uma foi vendida; e, ainda surgiram mais duas emissoras no espectro, não consideradas no projeto inicial. Como mencionado, não

⁶ Esta metáfora é uma adaptação de uma outra, criada por Ítalo Calvino, que fala da “leveza” da pluma e do pássaro, dentro de uma figura de linguagem semelhante.

foram incluídas as emissoras novas, e foram abandonadas duas outras, uma das incendiadas e a que deixou de veicular a programação tipificada na pesquisa.

Enfrentou-se dificuldades em seguir conforme o planejado, nos primeiros meses de entrevistas e observação. Constatou-se que, usualmente, os agentes patrimoniais e profissionais colocados na direção assumem posicionamentos formais, durante as entrevistas, e a presença do pesquisador no ambiente de trabalho gera modificações às vezes importantes no comportamento dos agentes. Isso com certeza deve ter interferido nas observações e conclusões; espera-se que não de forma a prejudicar a espinha dorsal deste trabalho.

As limitações de algumas emissoras ou sua pouca autonomia, especialmente as de televisão, face às vinculações com as redes também foi uma ponderável fonte de dificuldades, embora houvesse, desde o início, a consciência de que a pesquisa estaria limitada ao estudo das veiculações locais e de suas implicações, no que tange ao relacionamento com as redes. Um rápido contato com agentes profissionais dessas Redes, em São Paulo, foi uma das alternativas para minimizar tais fatores negativos.

Adicione-se, por fim, a esse exercício de reflexividade possível a inexperiência do pesquisador, ante o enfrentamento solitário da busca de conhecimento no mundo empírico. Ao final, tornou-se bastante óbvio que muito tempo foi perdido em tentativas vãs, carências e excessos, o que, com certeza, limitou o valor dos resultados colhidos e, mesmo, das possibilidades de enriquecimento à reflexão teórica. Porém, é igualmente veraz afirmar que tais resultados correspondem ao que de melhor o pesquisador pôde fazer, face a suas limitações físicas (como o tempo e a possibilidade material e financeira de locomoção à procura dos diferentes agentes sociais) e intelectuais, podendo, portanto, submeter-se, com tranqüilidade, ao juízo da banca e dos pares.

PARTE II

PROGRAMAÇÃO, UMA PAISAGEM MÚLTIPLA

3. Os conceitos de programação

A palavra *programação* é derivada de *programa*, do latim *programma*, e se refere, de forma geral, a planejamentos ou a seus anúncios. Todas as definições trazidas, por exemplo, no dicionário Aurélio (Ferreira, 1986, p. 1399), vinculam-se a esse pressuposto teleológico, isto é, dizem respeito ao ordenamento de elementos de um conjunto específico, que pode ser formado por ações ou atividades (administração) ou por conteúdos (educação, comunicação), ou ainda por comandos a serem automaticamente executados (informática). No âmbito específico da comunicação social, Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa (1978, p. 478) estruturam suas definições em quatro áreas específicas: rádio e televisão, filmes e espetáculos teatrais, propaganda e publicidade, e informática. Na informática, programa e programação são termos mais ou menos sinônimos, designando esse ou aquele *software* ou um conjunto de *softwares*. Na publicidade e na propaganda, a palavra relaciona-se ao plano de mídia, isto é, à inserção de mensagens de propaganda em determinada campanha, ou à relação de mensagens de um único anunciante, dentro de um veículo específico. Programação pode ser, também, para esses autores, a relação de espetáculos teatrais ou filmes em um circuito ou temporada específicas. E, por fim, o uso em rádio e televisão, que, para Rabaça e Barbosa, se reúnem em três sentidos específicos: como conjunto dos programas transmitidos no sistema rádio/tv, como relação de programas ou grade em uma estação específica, e como sequência de programas e intervalos em um determinado período. Há, ainda, em várias dessas áreas, o conceito de *programação visual*, indicando um planejamento ordenador de linguagens visuais numa publicação.

Tais conceituações são ora amplas, ora específicas, e traduzem, de forma geral, o senso comum socialmente construído nas diversas áreas de especialização, a respeito do termo. Entretanto, como procurar-se-á demonstrar neste capítulo, essas definições carregam consigo dois problemas básicos, os quais exigem que se procure por uma formulação teoricamente mais adequada. Esses problemas se relacionam, primeiro, ao pressuposto teleológico geralmente implícito no conceito de programação, isto é, o de defini-la quase sempre como uma ação orientada ao cumprimento de objetivos, fator que, provavelmente, advém da origem administrativa do termo; e, segundo, ao pressuposto instrumental da idéia de comunicação social implicada nessas conceituações, ou seja, a noção recorrente das instituições e do ecossistema sócio-tecnológico da comunicação social como “veículo” ou “meio”. Uma crítica à teleologia das ações sociais, que tem em Max Weber seu principal teórico, é feita por Jürgen Habermas (1981), e constitui um dos núcleos fundantes de sua proposta de ação comunicativa. E, no campo dos estudos de comunicação social – sobre os quais Habermas pouco trata e, ao fazê-lo, não lhe dedica a necessária atenção –, uma crítica à visão instrumental da comunicação é procedida por Lavina Ribeiro (1996), para quem uma abordagem mais consistente e contextualizada dos processos históricos de autonomização da modernidade recomendam admitamos a institucionalização da comunicação social, caso em que passamos a apreender tais instituições como agentes sociais de acentuada relevância social e histórica na contemporaneidade.

Nesse sentido, e já direcionando o estudo da programação a uma construção de sentidos vinculada ao rádio e à televisão, é possível distinguir três abordagens teóricas principais, as quais têm se prestado à construção das mais diversas conceituações: as noções de *grade*, *rito* e *prática discursiva*. Cada uma dessas abordagens, como veremos, se vincula a uma tendência teórica específica. A primeira, ao funcionalismo; a segunda, ao culturalismo e, em especial, à antropologia cultural; e a terceira, à sócio-lingüística, de vertente inglesa. Neste

capítulo, procurar-se-á expor e analisar criticamente esse três prismas, fazendo uso, para isso, de uma bibliografia que, sem pretensões de exaustividade, será mencionada simplesmente à conta de formas exemplares de cada uma das abordagens.

Como grade, definem os espanhóis Martí y Martí (1990) e Merayo Pérez (1992) e a totalidade dos profissionais do ramo (Warren, 1984); como rito, menciona-se a Dissertação de Mestrado de Mônica Nunes (1993), cujos conceitos procurou-se contextualizar e ampliar, a partir da abordagem sobre os ritos profanos, em Claude Rivière (1995); e, por fim, as possibilidades de apreensão da programação como prática discursiva, têm sido estudadas por mim, a partir da análise crítica do discurso (Critical Discourse Analysis) de Norman Fairclough (1992). A postura deste trabalho, perante essas abordagens, será crítica, porém tolerante, procedendo as eventuais discordâncias em regime de contextualização e as eventuais rupturas a partir de quadros parciais e localizados, a fim de que se aproveite a heurística de cada uma delas, dentro do que oferecem de proveitoso ao pensamento analítico.

As três noções citadas de programação são úteis, mas sempre pecam por alguma incompletude ou inconsistência. A noção de grade é reducionista: a programação é uma simples folha de papel ou uma tabela de planejamento de horários e conteúdos, vinculados a instâncias administrativas das emissoras, e destinada ao controle dos sentidos gerais (programas e inserções diferenciadas), para cuja compreensão não raro os pesquisadores desenvolvem uma abordagem intencionalista e, por vezes, voluntarista. Entretanto, está de tal forma conectada à auto-imagem dos agentes sociais vinculados à realização das programações, que de forma alguma é devido dispensá-la, sendo, ao contrário, bastante útil, se observados os limites de uma visão que parta do funcionalismo, embora sem assumi-lo, neste trabalho, enquanto instância teórica suficientemente explicativa, devido às limitações dessa teoria já suficientemente discutidas na literatura epistemológica. A noção de rito é tendenciosa: tende sempre a esmerar-se na interpretação exclusivamente culturalista de

conteúdos, assumindo sentidos e valores, conforme critérios da antropologia cultural, a partir da tradição durkheimniana dos estudos das formas de vida religiosa, muitas vezes passando ao largo das leituras políticas e econômicas vinculadas aos respectivos contextos. Seu estendimento, porém, para os chamados “ritos profanos” e o estudo das possibilidades interpretativas da conexão de alguns elementos das programações e dos conteúdos veiculados a sentidos arquetípicos da construção social, resultam em conclusões extremamente sedutoras e de alto valor heurístico, para o entendimento da esferas públicas presentificadas pelas instituições de comunicação social. E, por fim, a noção de prática discursiva está irremediavelmente ligada à mediação da linguagem verbal, por sua derivação da lingüística e da literatura, além de transitar das categorias da linguagem para as de sociedade, utilizando para isso, não raro, pressupostos de ação social orientada a fins, por isso mesmo cabíveis de suspeita. Mesmo assim, a mediação da linguagem tem um valor fundamental para a compreensão dos processos comunicativos; e, além disso, não há porque cerrar os olhos para os aspectos teleológicos e instrumentais de que se reveste a prática da programação, nas instituições de comunicação, até para compreender modo como se entranha nos valores do capitalismo e nas estruturas do poder político constituído.

Dessa forma, a tarefa que se propõe aqui, ao olhar crítico, é buscar, efetivamente, uma perspectiva complementar, tendo em vista as ampliações conceituais a serem introduzidas neste trabalho, sob inspiração da fenomenologia e do sócio-interacionismo. As grades são uma realidade prática indispensável nas rotinas produtivas e de decisão; o conceito de rito constitui um excelente operador na explicação das relações espaço-temporais com os conteúdos julgados relevantes; e a noção de discurso é profundamente iluminadora para a justaposição da movimentação social e da dinâmica intertextual e interdiscursiva das programações. Por tal razão, não se dispensa nenhuma conceituação, embora se queira

proceder, como é justo, o mais meteticulosamente possível, e por razões teóricas e empíricas, os devidos rompimentos parciais com tais abordagens.

3.1 As grades

O conceito mais simples e corrente é o que define **programação** a partir de metáforas espaciais ou utilitárias, como *mapa* ou a *grade* de previsão ou planejamento dos programas que serão emitidos num determinado tempo em uma emissora de rádio, a partir de critérios como a época ou temporada, os horários, os gêneros, a estrutura, o destinatário, a frequência e a área de difusão. Dentro desse vínculo metafórico, encontramos também a figura do *palimpsesto* (Simonelli-Taggi, conf. Martí i Martí, 1990, p. 55), que vem a ser o pergaminho que, na antigüidade, era utilizado diversas vezes para a escrita, após a raspagem da tinta anterior.

Este grupo conceitual acentua algumas características formais, que podem ser resumidas numa concepção estrutural-funcionalista da comunicação social. Segundo Mauro Wolf (1985, p. 55), essa postura se inscreve numa lógica constituída por relações de funcionalidade sistêmica que presidem a solução de quatro problemas fundamentais, ou imperativos funcionais: a manutenção do modelo e o controle das tensões; a adaptação ao ambiente; a perseguição do objetivo; e a integração ou a fidelidade dos elementos ou partes ao sistema em seu conjunto. Explica Wolf que (1985, p. 56)

“Quando se afirma que a estrutura social resolve as questões relativas aos imperativos funcionais, pretende dizer-se que a acção social conforme às normas e aos valores sociais contribui para a satisfação das necessidades do sistema.”

Se tomados os imperativos funcionais como critério metodológico para a identificação conceitual, torna-se simples verificar que a programação definida como mapa ou grade inscreve-se claramente nessa linha teórica.

A metáfora da grade refere-se, com certeza, à forma tabular como se costuma distribuir os conteúdos e/ou programas planejados, em relação com os divisores de tempo (horários e dias da semana), emprestando ao planejamento de veiculação uma visualidade extremamente funcional. É dentro dessa visão que a programação é definida, por exemplo, por Martí i Martí (1990, p. 55) como “... la suma de los programas que emite una emisora”, ou como “... conjunto de programas de una determinada emisora en una unidad de tiempo”, ou, de modo idêntico, por Muñoz y Gil (conf. Martí i Martí, 1990, p. 56), referindo-se especificamente ao rádio, como “... la previsión de los programas que van ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio”. No primeiro caso, encontramos a idéia de compartimentalização de conteúdos vinculados a um conjunto (a programação, como grade); no segundo, a inserção do elemento tempo como fundamento material dessa compartimentalização; e, no terceiro, a assunção clara da noção de planejamento, conferindo caráter administrativo ao conceito de programação. Os imperativos funcionais de manutenção, adaptação e integração aparecem claramente. Tais características irão se repetir com a afirmação do componente teleológico (busca de objetivos), em definições como a de Simonelli-Taggi (conf. Martí i Martí, 1990, p. 55): “... organización de una série de programas en el interior de un cuadro de referencia más o menos homogéneo, segun las exigencias de cada red, circuito o simples emisora radiotelevisiva”.

A metáfora do mapa refere-se a outro referencial, o ouvinte ou telespectador, para o qual essa concepção de programação atribui o sentido de *guia* da rede de conteúdos. O conceito anterior, de Simonelli-Taggi, já menciona algum sinal desse tipo, ao referir-se a um certo quadro de referência, o que diz respeito também à estratégia discursiva do emissor, como menciona Mauro Wolf (conf. Martí i Martí, 1990, p. 57):

“... la colocación de un programa y su importancia en el palinsesto pueden considerarse elementos contextuales del género, funcionan para el receptor como instrucciones sobre el modo de usar el texto, como principio de orden para orientarse dentro del conjunto de discursos”.

Uma conceituação estrutural-funcionalista mais completa, no entanto, pode ser encontrada em Cébrian Herreros (conf. Martí i Martí, 1990, p. 56), para o qual programação é

“... la planificación y ordenación de mensajes elaboradas en forma de programas en un conjunto armónico conforme a los objetivos de la emisora, sociología de al audiencia y relevancia del mensaje”.

Essa idéia de grade ou mapa, característica de uma visão estrutural-funcionalista da programação, comparece também em Dominique Wolton, na recente querela levantada por ele contra as programações especializadas de televisão, que têm marcado especialmente os sistemas de TVs a cabo. Ele opõe o modelo de televisão “fragmentada” ao de televisão “geralista”, lançando mão de metáforas muito semelhantes às constantes nesse grupo: o que Wolton (1990, p. 100) denomina *programação* é vinculado à idéia de *menu* e caracteriza a televisão geralista, isto é, aquela que “constrói uma *grade* de ofertas suscetível de gerar múltiplas expectativas” (grifo nosso); e o que ele chama *edição* define-se como o *à la carte*, e, segundo ele, remete à idéia da “unidade do produto, ou seja, ao programa singular que cada espectador escolhe assistir, sem que tenham qualquer ligação uns com os outros”. A análise de Wolton e o seu desdobramento propositivo dizem respeito à questão da segmentação e à especialização das programações de televisão, assunto que será tratado em outro capítulo. Sua base conceitual, contudo, é, indiscutivelmente, estrutural-funcionalista.

Dentro da perspectiva dos autores citados, a programação é um instrumento de operacionalização gerencial da emissora, mais especificamente um suporte de sua fase de

planejamento, cuja característica essencial seria a de prever a inserção de conteúdos dentro do tempo, com base em critérios técnicos, de natureza mercadológica. Uma programação seria, por essa ótica, um plano de ação, com a função de racionalizar a distribuição de conteúdos. No âmbito da pesquisa, estudar a programação de uma emissora passaria a ser apenas investigar a distribuição desses conteúdos dentro do tempo, indagando pela lógica através da qual as partes se harmonizam com o todo e pelos mecanismos de controle e eficiência das ações programadoras das emissoras. É por aí que segue praticamente toda a pequena bibliografia sobre o assunto, a maioria versando sobre o rádio.

Este trabalho busca superar essa conceituação, por considerar o modo funcionalista insuficiente para compreender a realidade, sendo, por conseguinte, também insuficiente identificar na programação um mero planejamento de conteúdos. Primeiro, porque os planejamentos são formas culturais e políticas de racionalidade que não podem ser ingenuamente observadas à parte dos contextos e da lógica em que estão inseridas. Segundo, porque os conteúdos veiculados pelas emissoras de rádio e televisão constituem expressões de complexas relações sociais, que é necessário estudar, para perceber o que significam. E terceiro, porque a mera justaposição de nomes de programas e inserções num papel não é ainda o ato da comunicação em si, este sim, expresso pela veiculação propriamente dita, cuja característica fundamental é a natureza discursiva, processual e vivencial da própria emissora em funcionamento, impossível de ser expressa na grade programática.

A superação do funcionalismo aqui referida, entretanto, não pretende negar que a programação, no seu aspecto formal, seja vista e utilizada pelos profissionais de comunicação como instrumental básico de planejamento e organização dos conteúdos a serem veiculados. A lógica empresarial e profissional é funcionalista por natureza, e, assim, não possui o interesse imediato de ser diferente, pelas vinculações ideológicas do modo capitalista de produção, distribuição e consumo, dentro do qual os aspectos políticos são reduzidos ao econômico,

ocasionando uma submissão do público ao privado. Por tal caminho, cria-se a fantasia de que a programação é apenas um plano administrativo de veiculações, abandonando-se, deliberadamente ou não, o interesse pelo conhecimento e a discussão das lógicas, estratégias e negociações políticas que redundam no que consiste a programação de fato: os conteúdos e formas efetivamente transmitidos e ressignificados na veiculação periódica das emissoras.

O primeiro e principal desafio teórico, portanto, passa a ser o de superar o conceito funcionalista, e, em seguida, construir um outro capaz de trabalhar o objeto sem o reducionismo que o caracteriza, compreender a sua posição dentro do contexto social e político e possibilitar uma postura crítica diante dele. Eis o esforço que se busca desenvolver nesta Dissertação.

3.2 Os ritos

A noção de programação como rito foi proposta por Mônica Rebecca Ferrari Nunes, em sua Dissertação de Mestrado apresentada na PUC de São Paulo, em maio de 1993, e publicada, no mesmo ano, pela Editora Annablume, sob o título *O Mito no Rádio: a voz e os signos de renovação periódica*. Trata-se de um trabalho digno de nota, por ter sido o único identificado nesta pesquisa, que propôs um conceito diferente do de grade. Não há o que se poderia chamar de uma conceituação rigorosa de programação, no trabalho de Mônica Nunes, e, verdade seja dita, a publicação não se ocupa tanto em conferir uma grande densidade teórica ao tema, constituindo-se, principalmente, num relato de pesquisa, dentro do qual a autora procura utilizar a pletora das definições acerca dos mitos e ritos, como *point d'optique* para a leitura das programações. Seu objeto, mencionado logo na introdução, é o estudo da “... voz construtora do espaço simbólico e imaginário em que se realizam a produção e a escrita

radiofônica da atualidade” (Nunes, 1993, p. 14). Entretanto, todo o percurso de sua pesquisa se concentra sobre os sentidos das programações radiofônicas, das quais ela resgata algumas características particulares, a fim de traduzi-las como autênticos rituais, renovando mitos fundamentais da contemporaneidade.

Para expor e avaliar a conceituação de Mônica Nunes, far-se-á uma digressão inicial, a fim de que, com a ajuda de Claude Rivière (1995), seja possível estabelecer o contexto das diversas noções de rito nas ciências sociais, sendo, para isso, tão sintético quanto possível. O trabalho de Rivière, por ser posterior ao de Nunes, não é citado por ela. Ele trata dos ritos profanos, partindo do princípio de uma transcendência dos procedimentos rituais para além da esfera da religião, o espaço onde ficaram circunscritos durante a maior parte da história das ciências sociais. Afirmo ele que (Rivière, 1995, p. 41)

“concebido durante séculos, exclusivamente, como elemento de uma religião da mesma forma que as crenças e a organização, o rito (liturgia, culto, celebração, ofícios, sacramentos) acabou adquirindo, há pouco tempo, uma considerável independência de objeto social”.

Rivière considera que é com Durkheim que se estabelece pela primeira vez uma visão profana do rito, a partir de sua noção de sagrado como hipóstase da força coletiva do corpo social, o que significa uma dessacralização do rito, por considerá-lo forma de expressão da sociedade e da cultura. Durkheim herda essa concepção de Fustel de Colanges, de quem foi aluno e para quem os ritos são elos entre os homens e possuem caráter normativo, forjado *após* a verificação de sua eficácia, passando, assim, *a posteriori*, a se tornar condição necessária da sociabilidade. Durkheim, contudo, afirma que é a sociedade do rito que constitui sua própria eficácia, pois os ritos recriam o ser moral da sociedade. Acontecia, nesse momento, uma laicização do pensamento sobre o rito, até então confinado à liturgia cristã. Diz Rivière que (1995, p. 46)

“ao mostrar que a religião é a forma na qual a sociedade se contempla a si mesma e que o culto é a maneira pela qual a sociedade se constitui enquanto tal, Durkheim incita a uma visão profana do rito”.

É a partir da tradição de estudos iniciados por Durkheim, porém superando-o em diversos sentidos, que Rivière procura construir uma concepção de rito que ele mesmo situa a meio caminho entre uma concepção estreita, da sociologia e da etnologia religiosas, e outra, mais ampla, que conceitua o rito como algo equivalente aos usos, costumes e tradições, na medida em que se tornam ações repetitivas e hábitos adquiridos. Como afirma Roberto Motta (1995, p. 7), para Claude Rivière, ritos profanos são “... os ritos cotidianos da vida social”, isto é, a sociedade agindo enquanto sociedade, ou, ainda, uma forma geral de expressão da sociedade e da cultura. Rivière procede a uma distinção entre o sagrado e o religioso, definindo aquele como uma transfiguração da experiência social, numa concepção próxima à de Durkheim, aplicando-a, contudo, à leitura do profano. O rito é, pois, a respiração da sociedade, e que, textualmente, assim define Claude Rivière (1995, p. 30):

“... conjunto de condutas individuais ou coletivas, relativamente codificadas, com um suporte corporal (verbal, gestual, ou de postura), com caráter mais ou menos repetitivo e forte carga simbólica para seus atores e, habitualmente, para suas testemunhas, baseadas em uma adesão mental, eventualmente não conscientizada, a valores relativos a escolhas sociais julgadas importantes e cuja eficácia esperada não depende de uma lógica puramente empírica que se esgotaria na instrumentalidade técnica do elo causa-efeito”.

Claude Rivière desenvolve toda uma descrição histórica das diferentes abordagens teóricas do rito – cuja discussão é neste momento dispensada por fugir ao propósito deste trabalho – e conclui que a tradição sociológica desenvolve basicamente cinco formas diferentes de considerar o rito: (1) como sequência temporal de ações, em que um rito

sistêmico total (iniciação) se divide em ritos sistêmicos elementares (provas, sacrifícios, etc.) e cada sequência ritual comporta ritemas (como a circumambulação) e estes vinculam-se a motivos (sentido do giro, número de voltas, etc.) e por vezes um mito ou acontecimento fundador serve de paradigma à série de ritemas; (2) como conjunto de papéis a desempenhar, interpretação situada no conceito de ação dramática (Goffman) e observa as condutas rituais a partir de um drama instituído, que se estrutura em relações assimétricas interindividuais, na reciprocidade dos papéis e na partilha dos ideais comuns; (3) como estrutura teleológica de valores, isto é, nas escolhas primordiais de um grupo, traduzidas por hábitos éticos e preferências coletivas, em cujo conteúdo cognitivo acrescenta-se uma ressonância afetiva ligada à participação, emoção e memória dos atores e espectadores; (4) como meios simbólicos ordenados aos objetivos a serem realizados, por via de metáforas de transformação do espaço, do tempo, dos objetos e das atitudes, que catalisam a imaginação e integram os elementos; e, por fim, (5) como sistema de comunicação, definida por Rivière a partir de uma perspectiva semiótico-informacional (Wolf, 1985, p. 107), como circulação de mensagens entre emissores, transmissores e destinatários, por via de sistemas de sinalização a partir de códigos culturalmente definidos.

Uma das muitas questões sublinhadas por Rivière diz respeito ao rito enquanto estruturação do tempo social, abordagem que se vincula principalmente à *Ecole des Annales*. Trata-se da relação do rito com a tradição e a memória, ou da ritualidade temporalizada com uma intemporalidade primitiva, pela qual o rito funciona como forma de anulação do tempo, de extinção psicológica e simbólica da ameaça do amanhã através de um “retorno ao começo”. Rivière chama a isso um “reflexo defensivo do pensamento tradicional” (1995, p. 78), em que, graças ao rito, toda experiência nova se insere em uma configuração conhecida do saber, pois o caráter próprio das tradições é a afirmação de uma legitimidade indubitável pela afirmação ritualística da imutabilidade das tradições transmitidas. Dentro dessa visão, o

rito estrutura o tempo pela repetição, seja recorrendo ao calendário, seja ao tempo individual, e uma ordem ritual se instaura, numa liturgia vinculada aos ciclos de sazonalidade (estações, campeonatos, etc.), de vida (nascimento, casamento, morte) ou, mesmo, escatológicos (Natal, Quaresma, Páscoa, etc.). A repetição, nesse caso, funcionaria reduzindo a ambigüidade inerente à condensação das significações operadas pelo símbolo, embora, segundo Rivière, não se oponha às mudanças e inovações – muitas vezes, os ritos são portadores de mensagens de mudança em relação à atitude social –, apesar do risco real de um confinamento formal, caso que ocorre “... principalmente quando um poder religioso ou político tira daí uma parte de sua legitimidade” (Rivière, 1995, p. 79). Nesse caso, portanto, o controle do rito significa exercício de poder.

Dentro de uma linha semelhante, se inscrevem Lévi-Strauss e René Girard, para os quais o rito é reduzido a esse fundamento original, vinculados ao sacrifício e à violência inicial. O homem é visto como um ser de desejo que jamais pode desejar sozinho: o objeto de desejo é sempre designado por terceiros, tratando-se, pois, de um desejo mimético, vinculado à violência da apropriação do outro em seu ser (violência que é recíproca). Mimetismo e violência são, pois, atributos naturais do homem. Girard propõe, nesse sentido, a idéia da catarse, pela qual o pensamento mítico refere-se sempre ao começo e a violência fundadora confere um duplo caráter à divindade primitiva: “todo ser sagrado é ao mesmo tempo monstruoso”. A função social da religião será portanto, a sublimação social, a produção da não violência por um ato violento, e as cerimônias de purificação, o prolongamento ritual da violência fundadora. Claude Rivière contesta o que denomina “costume evolucionista” de procurar explicar tudo pela origem, o complexo pelo simples, o atual no arcaico. E pergunta (Rivière, 1995, p. 62): “... será que a origem é acessível e verificável?” Por fim, defende que não é possível fornecer o fundamento original do rito, salvo por um ato de fé.

Será, no entanto, esse “ato de fé” que movimentará o trabalho de Mônica Nunes, na leitura semiótica das programações de rádio, definidas como ritos. Ela parte do princípio de que o rádio não funciona apenas para informar ou entreter, mas, também, veicula signos míticos aptos a ritualizar a escuta e, assim, “... atenuar a inexorabilidade das perdas trazidas pelo tempo e assegurar ao homem moderno o retorno ao presente absoluto, tão caro ao homem das sociedades arcaicas” (Nunes, 1993, p. 24). Calendário e relógio são, portanto, apetrechos de ritual e, na medida em que estabelecem condições de uso do tempo social, também instrumentos do exercício de poder, por significarem controle indireto do trabalho, do tempo livre, das festas. Assim, o percurso circular das indicações horárias e o tipo especial de recitação (narrações com hora e local marcados) incluem a cena radiofônica no ritual comunicativo calendarizado. O rádio, portanto, “segue a coação do calendário ao interpretá-lo” (Nunes, 1993, p. 27).

Há igualmente uma clara tendência frankfurtiana, na leitura dos ritos programáticos, em Mônica Nunes. A cronologia, vista como um domínio simbólico sobre a vida cotidiana, opera por coesão e coação a ordenação das estruturas sociais de poder. A invenção da semana, por exemplo, introduz o tempo livre e, portanto, a noção de lazer, que, para Edgar Morin, segundo Nunes, não se estabelece apenas como tempo de recuperação e repouso, mas tempo de consumo, o que caracteriza a cultura de massa como cultura da mobilização do lazer. Ora, o ritual representa uma forma de ordenação simbólica da natureza, logo, o eixo do entretenimento das programações ritualizadas opera, sem mais, o relaxamento da consciência, a perda da vigília, o automatismo e a eliminação da vida cotidiana. A repetição, contida no estilo radiofônico e no caráter cíclico-temporal das programações, engendra o ritual que, para Mônica Nunes, determina a certeza de que o universo continua como está, concluindo-se, então, que a mídia funciona garantindo o controle do emissor e, portanto, o poder dos produtores.

Procedendo à leitura empírica, Mônica Nunes desenvolve várias e interessantes correlações, todas submetidas ao pressuposto geral de que a participação ritual vinculada ao entretenimento significa a busca do tempo primordial, pela transformação do tempo em não-tempo, em princípio absoluto. Assim, ela correlaciona as pautas e roteiros, que se dividem pelos turnos, em mimética dos ritmos da cultura e da natureza; os flash-backs, à convocação de experiências semelhantes às récitas míticas que celebram o passado. E, ao desenvolver esse tipo de correlação, Mônica Nunes sublinha a dependência inexorável do rádio ao calendário, enfatizando a programação, fundamentalmente, como um “rito de reminiscência”.

Entretanto, ela se dedica a estudar os ritos programáticos também a partir de outras tipificações. As narrações breves, os chistes preconceituosos, que se situam especialmente em programações direcionadas a públicos infanto-juvenis (Jovem Pan, Transamérica), tanto quanto as narrativas policiais sensacionalistas veiculadas por emissoras tanto de AM quanto de FM, se situam entre os ritos sacrificiais, cuja função seria a de salvaguardar a comunidade, pela violência sem o risco de vingança, como os ritos do aparelho judiciário, que, segundo Girard, confiam a segurança a uma autoridade soberana e especializada. Mônica Nunes analisa que, no rádio, algumas narrações se munem do poder público e se estabelecem como estruturas de vingança da sociedade, cuja tônica,

... em si mesma pérfida, capta a violência intestina da comunidade. Ao eleger a privacidade de qualquer cidadão e torná-la pública sem o seu consentimento, elege-se a vítima aparentemente inócua das sociedades sacrificiais e, em nome da paz social, atualiza-se a imolação redentora. (...) ... a perversão radiofônica vem a público como verdadeira, portanto, credibilizada.” (Nunes, 1993, p. 49)

Mônica Nunes distingue dois tipos de violência: a violência corpórea das sociedades arcaicas, significando isso a cultura funcionando como neutralizadora da força da realidade física (primeira natureza, numa visão de cultura como segunda natureza da natureza); e a

violência midiática, que atua à distância e pela qual vítima e sociedade mantêm-se afastados, unidos, porém, pelo laço simbólico da violência que os entretece.

Como não poderia deixar de ser, a presença do discurso religioso no rádio é igualmente analisada por Mônica Nunes, em seu estudo dos ritos programáticos. Eis que, na inserção da “... toada religiosa que contamina o rádio”, identifica-se a própria hierofania (hieró: divino, sagrado; fania: lugar, templo), pois o som como epifania faz parte da cosmogonia mítica; porém, nesse caso, ela identifica a subversão do sagrado, apesar do uso dos simbolismos próprios dessa esfera. Simulacro e cada falso, nos quais “presbíteros poderosos traduzem a patologia da religiosidade obsessiva” (Nunes, 1993, p. 71). A tentativa de demonstração articulada por Mônica Nunes para essa disjunção dos dizeres religiosos em não-midiatizados e válidos, e midiatizados e não-válidos, é, no mínimo, estranha para uma estudiosa dos símbolos da cultura. Após uma breve descrição da filogenética e da fisiologia do ouvido humano, ela correlaciona a anatomia e o funcionamento orgânico da audição ao suposto “domínio simbólico” dos pastores protestantes sobre os ouvintes:

“A percepção auditiva acurada de determinadas ritmações aliada à relação paleontológica entre o ouvido interno, o equilíbrio e o movimento causam modificações na estrutura ósseo-muscular do sujeito, possibilitando os estados de possessão, de transe, do êxtase ou aqueles vividos em eventos durante os quais a ritmicidade promove estados alternativos da consciência. Os presbíteros, ao manipularem componentes ligados à ritmicidade biológica, dominam simbolicamente (...), proporcionando ao ouvinte-espectador evasão da vigília. (...) ... o sujeito à escuta subtrai-se ao mundo cotidiano, sucumbe à vertigem de imagens hipnagógicas trazidas na ritmação da palavra oralizada, diluída em seu aparato neurosensório.” (Nunes, 1993, p. 76)

Ao retornar ao plano anterior de análise, a autora reconhece o caráter autoritário do discurso religioso no rádio, caracterizado pelo exercício do modo imperativo, tradutor da função conativa da linguagem, no apelo ao receptor; e na tônica persuasiva que vincula o dogmático ao publicitário. Apoiada na definição de discurso autoritário como sendo aquele em que não há reais interlocutores, Mônica Nunes conclui que, em razão disso, o emissor domina o fio discursivo, controla as informações, e, portanto, “... o receptor adota comportamento submisso: aceita o apresentador como autoridade, não questiona, não discorda” (Nunes, 1993, p. 85). Postura insustentável, em face dos estudos atuais de recepção... Nas narrativas policiais, Mônica Nunes enxerga a outra face da narrativa religiosa. Os programas desse tipo criam sobre os fatos, julgam o suspeito e, portanto, atuam substituindo simbolicamente o aparelho estatal de justiça pela figura do apresentador.

Há, por fim, os ritos de cura, interpretados a partir das cartas de ouvintes, que se tornam audiodramas regeneradores, pela voz dos locutores. Defende Mônica Nunes (1993, p. 99) que

“confessar pecados, expulsar demônios são atos purificadores: dilatam o rol dos ritos de renovação periódica que abolem a história, abolindo a irreversibilidade dos fatos e a duração temporal. Permitem ao homem arcaico viver no paraíso dos arquétipos: reservatório de modelos a serem seguidos”.

Assim, as cartas radiofonizadas reiteram arquétipos universais, apoiadas no valor mágico da palavra, que torna o próprio rádio um instrumento mágico, e, através da redundância e da repetição, mantém o falante e o ouvinte em sintonia. A figura da confissão comparece em público a fim de purgar magicamente os pecados, dirimindo o sofrimento. Sexualidade e morte são os temas recorrentes, propiciando a libertação dos perigos pela sua narração exorcizante, a palavra mágica conduzida no suporte do discurso oral.

Tanto o conceito de *grade*, quanto o de *rito*, sinalizam leituras aproveitáveis, embora limitadas, das programações de rádio e televisão. E, em ambas, a primeira carência parece ser a de uma abordagem que vincule os textos programáticos a uma mais ampla perspectiva histórica e social. Do ponto de vista metodológico, nenhum dos dois enfoques consegue escapar de um plano linear de análise de conteúdo das programações. Por tal razão, buscar-se-á analisar uma primeira tentativa pessoal de superar essa limitação: a conceituação do objeto empírico como *prática discursiva*, numa perspectiva da Análise Crítica do Discurso, em Norman Fairclough.

3.3 A prática discursiva

Norman Fairclough, em seu livro *Discourse and social change* (1992) procura desenvolver um método que, reunindo categorias de análise da lingüística e da sociologia, resultem numa adequada teoria social da linguagem. Suas principais apropriações teóricas são centradas em quatro autores: de Foucault, a perspectiva do discurso como prática social e, por conseguinte, o conceito de “ordem do discurso”; de Gramsci, a noção de hegemonia; de Althusser, a concepção de ideologia; e, por fim, de Habermas, o uso “comunicativo”/“estratégico” da linguagem, no mundo da vida. Nesse sentido, o autor procura um método que funcione em conjunto com outros de investigação de mudanças sociais, dentro de quatro características fundamentais: que seja multidimensional (abrangendo texto, prática discursiva e prática social), multifuncional (texto visto simultaneamente como representação da realidade, ativação das relações sociais e estabelecimento de identidades

sociais), histórico (voltado para as mudanças sociais) e crítico (demonstrar conexões e, também, propor intervenções na realidade).

Norman Fairclough parte do conceito de discurso como prática social, isto é, o discurso é um modo de ação, forma na qual as pessoas podem agir sobre o mundo e sobre os outros, ao mesmo tempo que como modo de representação da vida social. Essa noção parte do pressuposto de que existe uma relação dialética entre discurso e estrutura social: o discurso é formado pela estrutura social (um evento discursivo específico varia na sua determinação estrutural de acordo com o domínio social particular ou a estrutura institucional na qual é gerado) e, também, é socialmente constituído (o discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que direta ou indiretamente o formam). Nesse sentido, afirma Fairclough (1992, p. 64) que

“discourse is a practice not just of representing the world, but of signifying the world, constituting and constructing the world in meaning”.

O discurso contribui para todas as construções sociais, ajuda a construir as relações interpessoais e influencia na construção de sistemas de conhecimento e crença. Tais são, para Fairclough, os “efeitos construtivos do discurso”, que correspondem a três funções da linguagem e dimensões do significado: função identitária (a via na qual as identidades sociais são arranjadas no discurso), a relacional (como as relações sociais entre participantes são negociadas) e a ideacional (via na qual textos significam o mundo e seus processos, identidades e relações). Ele admite ainda uma função textual, baseado em Halliday.

Assim, a prática discursiva é constitutiva de vias convencionais ou criativas, isto é, de reprodução e de transformação da realidade social, noção dialética, a partir da qual Fairclough evita a unilateralidade da análise, seja a da determinação social do discurso, seja a da construção do social no discurso. A perspectiva dialética vê a prática discursiva e os eventos

como contraditórios e em luta, numa relação complexa e variável. Ou, como diz ele (1992, p. 66):

“social practice has various orientations (...) and discourse may be implicated in all of these without any of them being reducible to discourse”.

O discurso é, portanto, um modo de **prática política**, que estabelece, sustenta e modifica relações de poder e de identidade coletiva, e de **prática ideológica**, que constitui, naturaliza, sustenta e modifica significações do mundo de diversas posições nas relações de poder. Tais práticas, contudo, não são independentes das demais. O discurso é não só um lado da luta do poder, mas também um jogo nessa luta, pois coloca convenções que naturalizam as relações de poder e ideologia. Daí, a importância do conceito gramsciano de hegemonia. Os diferentes tipos de discurso em diferentes domínios sociais ou posições institucionais podem ser politicamente investidas de diferentes modos. Daí, a relevância da noção de ordem do discurso, de Michel Foucault.

A análise crítica do discurso, com base em Fairclough, aborda o objeto discursivo em três dimensões: texto (objeto material de análise, abordável por categorias da lingüística), prática discursiva (modo de produção, distribuição e consumo do texto) e prática social (estudo do contexto das relações de poder e ideologia implicados no texto e na prática discursiva). Para o estudo das programações de rádio e televisão, dentro desse contexto teórico, é possível desenvolver uma diferenciação formal para a dimensão de texto, repartindo-a em elemento (o texto base), programa (a sintaxe de textos dentro de um núcleo) e grade (a combinação de programas dentro de uma programação).

Textos, para Norman Fairclough, são produtos formais, nos quais a prática discursiva passada, condensada dentro de convenções estabelecidas, dotou com um potencial de significação, geralmente heterogêneo, complexo e contraditório. Por essa razão, os textos são

altamente ambivalentes e abertos a múltiplas interpretações. O leitor geralmente reduz essa ambivalência, por meio de um significado particular. O autor utiliza o termo “significação” tanto para os potenciais da forma, quanto para os significados atribuídos na interpretação.

Fairclough divide em quatro as categorias de análise do texto: vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual. A análise do vocabulário é centrada nas palavras e procura identificar os processos de formulação (wording) do mundo através de lexicalizações, metáforas e análise semântica, partindo do princípio de que sobreposições e competições de vocabulário correspondem a diferentes domínios, instituições, práticas, valores e perspectivas. São três os focos: as formulações alternativas e sua significação política e ideológica; a significação das palavras e como tais significados realizam construções de lutas sociais; e metáforas, nas quais se busca identificar o político, o ideológico e os conflitos entre tais instâncias. A análise da gramática considera a frase ou a sentença simples como unidade e define os grupos ou expressões como os principais elementos. Fairclough refere-se à gramática funcional de M. A. K. Halliday e define que as frases são multifuncionais, isto é, implicam a combinação de significações (ideacionais, interpessoais ou identitários e relacionais, e textuais). O estudo da coesão quer identificar como orações são ligadas dentro das sentenças e como estas se unem para formar a unidade do texto, por meio de três procedimentos básicos: a análise coesiva do vocabulário (campo semântico comum, repetições, sinônimos próximos, etc.), os instrumentos de substituição e referência (pronomes, artigos definidos, demonstrativos, elipses de palavras repetidas, etc.) e as palavras conjuntivas (“além disso”, “embora”, “e”, “mas”, etc.). E, por fim, a análise da estrutura textual busca conhecer a estrutura argumentativa do texto, que, segundo Foucault, citado por Fairclough, varia através dos tipos de discurso, como modos de racionalidade, cujas mudanças são mudanças das práticas discursivas. O autor inglês refere-se à **arquitetura** do texto, procurando saber que elementos ou episódios são combinados e por que meios e ordens de

constituição; quais as estruturas (diálogo, monólogo) estão expressas; os sistemas de “turn-taking”; as convenções de organização para as trocas de turno, para a abertura e o fechamento de entrevistas ou conversações, etc.

A análise da prática discursiva, em Fairclough, refere-se ao estudo dos modos de produção, distribuição e consumo dos textos, de acordo com os fatores sociais, já que o pressuposto básico da análise do discurso é que os textos são produzidos por diferentes vias, em contextos sociais específicos. Sua abordagem tem a ver com as dimensões sociocognitivas de produção e interpretação dos textos, embora Fairclough busque de forma recorrente em sua obra mencionar que não trabalha com categorias, como o efeito de contexto e a redução de ambivalência, em termos universais.

No âmbito da produção, Fairclough recomenda desconstruir o modo como o texto foi formulado, nas diferentes posições das mesmas pessoas e de pessoas diferentes. E sugere as categorias da ação dramática de Goffman: **animador** (quem faz a marca); **autor** (quem formula as palavras); e **principal** (o personagem, aquele cuja posição é representada pelas palavras). Quanto à distribuição e ao consumo, o autor menciona várias categorias de análise. O consumo pode ser visto como produção individual (love letters, por exemplo) ou coletiva (administrative records). Podem, ainda, ter distribuição simples ou complexa. Alguns textos são recordados, transcritos, preservados, relidos (entrevistas oficiais, grandes poemas, etc.); outros são transitórios, esquecidos, lançados fora (publicidade, conversação casual, etc.); alguns são transformados em outros textos (discursos políticos, livros didáticos, *releases* de imprensa, etc.). As instituições criam rotinas específicas para o “processamento” de textos, sendo que alguns produtores de organizações sofisticadas (governos, por exemplo) produzem textos com antecipação de suas distribuição, transformação e consumo.

Esses aspectos do processamento do texto ajudam a mostrar como os leitores e intérpretes reduzem o potencial de ambivalência dos textos, a partir do efeito de contexto que

precede (ou segue) um texto. Para tal análise da prática discursiva, Norman Fairclough distingue três categorias: coerência, força e intertextualidade (incluindo nesta a interdiscursividade).

Força é o componente acional de um texto, o que diz respeito aos atos de fala (vozes) e performance (dar uma ordem, fazer uma pergunta, prometer, etc.). Alguns textos são tipicamente ambivalentes, em termos de força (por exemplo: a expressão “*Pode carregar o casaco?*” pode ser uma pergunta, uma ordem, uma sugestão, etc.). O contexto funciona como fator de redução de ambivalência da força e o modo como afeta a interpretação pode ser determinado a partir de dois corpos de informação: a leitura da situação e a especificação dos tipos discursivos que provavelmente são relevantes (por exemplo, num discurso de sala de aula, a predição de resposta a uma pergunta é forte, o que não ocorre numa conversação, o que marca uma diferença de simetria entre os interlocutores sugerindo uma demarcação social).

A coerência, tratada comumente como propriedade de textos, é, em Fairclough, propriedade da interpretação. Um texto coerente é um texto cujas partes constitutivas (episódios, sentenças) são relatadas significativamente (“fazem sentido”). Ora, um texto só faz sentido para alguém que atribua sentido a ele, alguém para quem é possível inferir as relações de sentido, na ausência do autor explícito. Mas, a via específica na qual a coerência é gerada depende também da natureza dos princípios interpretativos, associados à via naturalizada por tipos discursivos particulares. Afirma Fairclough (1992, p. 84):

“... texts set up positions for interpreting subjects that are ‘capable’ of making sense of them, and ‘capable’ of making the connections and inferences, in accordance with relevant interpretative principles, necessary to generate coherent readings”.

Tais conexões e inferências são do tipo ideológico.

A intertextualidade é definida como sendo a propriedade dos textos de serem cheios de fragmentos de outros textos, os quais podem estar explicitamente demarcados ou fundidos neles, e que o texto pode assimilar, contradizer, ironizar, etc. Em termos de produção, a intertextualidade enfatiza a **historicidade** dos textos, como sendo sempre constituídos pela adição de **cadeias de comunicação falada** existentes, sendo esse o *a priori* do texto. Em termos de distribuição, a análise da intertextualidade auxilia na exploração das redes relativamente estáveis, ao longo das quais se move o texto, e das transformações de um texto para outro. Em termos de consumo, a intertextualidade enfatiza que um texto não é apenas “o texto”, mas também os demais textos que os intérpretes trazem à tona na interpretação do processo.

Fairclough distingue entre “manifesta intertextualidade”, isto é, a presença de outros textos específicos tomados literalmente, e “interdiscursividade” ou “intertextualidade constitutiva”, ou seja, a identificação das ordens de discurso. Ambas as dimensões dizem respeito à constituição heterogênea dos textos, sendo a primeira a partir de outros textos específicos, e a segunda a partir de elementos (tipos de convenção) das ordens de discurso.

A análise crítica do discurso realiza uma combinação entre uma “micro” e uma “macro” análise: ao mesmo tempo em que busca explicar como os participantes produzem e interpretam textos, infere a ordem do conhecimento da natureza, a partir da ordem de produção/interpretação de textos e das vias normativas/criativas. Como diz Fairclough (1992, p. 86):

“... it is the nature of social practice that determines the macro-processes of discursive practice, and it is the micro-processes that shape the text”.

A análise da prática social em Fairclough é realizada primordialmente pelo uso de dois conceitos fundamentais: o de ideologia e o de hegemonia. Tomando tais noções de Althusser e Gramsci, o autor discute o discurso dentro de uma visão de poder como hegemonia e de relação de poder como luta hegemônica. De Althusser, ele resgata três postulados: o da existência material da ideologia na prática das instituições (prática discursiva como forma material de ideologia); o de interpelação dos sujeitos pela ideologia, para os constituir; e o de “aparelhos ideológicos do Estado” como jogo e faces do jogo de poder dentro da luta de classes. Fairclough critica, porém, Althusser, pela contradição não resolvida entre visão de dominação como imposição unilateral e reprodução da ideologia dominante, na qual a ideologia figura como cimento social universal.

Assumindo uma conceituação ampliada de ideologia, menciona-a como significação/construção da realidade, caracterizada por várias dimensões de formas e significados na prática discursiva, que contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação. A efetividade da ideologia ocorre quando as práticas discursivas tornam-se naturalizadas e atingem o status de senso comum, mas tal efetividade nunca é onipotente, pois a transformação da luta ideológica é também uma dimensão da prática discursiva.

A ideologia é uma propriedade tanto das estruturas, quanto dos eventos discursivos, os quais se relacionam dialeticamente. De modo geral, o nível do texto ao qual é atribuída a dimensão ideológica é o de conteúdo (oposto à forma), com prioridade para o estudo das significações das palavras. Norman Fairclough contesta essa apreensão de duas maneiras: primeiro, revelando que as pressuposições, metáforas e coerências também são ideologicamente constituídas; e, segundo, negando uma oposição rígida entre forma e conteúdo, o que determina a presença da dimensão ideológica também nos aspectos formais do texto (*turn-taking* systems numa sala de aula ou a relação de *politeness* entre chefe e

secretária revelam marcações de assimetria e constituição de identidades sociais de caráter ideológico).

As ideologias não são manifestações conscientes. O sujeito vivencia uma autonomia imaginária, numa prática discursiva automatizada e naturalizada. Mas, essa sujeição pode ser contraditória e, nesse caso, a naturalização pode ser difícil de se manter. Uma interpelação contraditória revela-se no sentido de confusão ou incerteza e na problematização das convenções. Tais contradições abrem espaço para a criatividade, como possibilidade de transformação, como diz Fairclough (1992, p. 91):

“... subjects are ideologically positioned, but they are also capable of acting creatively to make their own connections between the diverse practices and ideologies to which they are exposed, and to restructure positioning practices and structures”.

Essa interessante posição cria a possibilidade, em Fairclough, de transcendência da relação de dominação e, portanto, da ideologia (id, ibid):

“... all discourse is not thereby irredeemably ideological. Ideologies arise in societies characterised by relations of domination on the basis of class, gender, cultural group, and so forth, and in so far as human beings are capable of transcending such societies, they are capable of transcending ideology”.

O fato, contudo, de que todos tipos de discurso são abertos em princípio não significa que todos os tipos de discurso são ideologicamente investidos no mesmo grau.

Relativamente à hegemonia, Fairclough a define, a partir de Gramsci, como a construção social de uma relação de poder sobre a sociedade como um todo, a partir de uma classe economicamente definida em aliança com outras forças sociais, na forma de um **equilíbrio instável**. Tal construção de alianças implica a integração, mais do que o simples

domínio, das classes subalternas, por concessões através das quais obtém o seu consentimento. O autor inglês vê nas ordens do discurso a faceta discursiva desse equilíbrio contraditório e instável, que constitui a hegemonia; e na articulação e na rearticulação das ordens do discurso, os jogos de luta hegemônica. A prática discursiva é, portanto, uma faceta da luta hegemônica.

O exercício do poder hegemônico se dá por duas vias: a cooptação de grupos subalternos e a interação com instituições e relações de poder locais e semi-autônomas. É, contudo, um exercício instável, no qual se incluem a reprodução, a reestruturação e a mudança da hegemonia existente. Nesse sentido, os eventos discursivos são acumulados de contradições e lutas sociais, resultando que o processo sóciocognitivo pode ou não ser inovador e contribuir para a mudança discursiva, conforme a natureza da prática social. A detecção de tais mudanças discursivas no texto é percebida pela ocorrência simultânea de elementos contraditórios ou inconsistentes: mistura de estilos formal e informal; vocabulário técnico e não técnico; marcas de autoridade e familiaridade; tratamento mais “oral” ou mais “escrito” ao texto, etc.

Há, também, as mudanças detectáveis nas ordens do discurso, expressas pela desarticulação da ordem do discurso existente, para a rearticulação de novas e a instauração de novas hegemonias discursivas. Fairclough exemplifica para os “meios de comunicação de massa”: a aparente democratização (redução das assimetrias); a “personalização sintética” (simulação do *face-to-face* privado); e o processo de “marketização” (extensão dos modelos do marketing para novas esferas).

Conforme foi afirmado no início, a proposição de uma conceituação discursiva da programação foi uma iniciativa pessoal, em face dos problemas que, há cerca de um ano, já

havia sido identificados nas abordagens estrutural-funcionalista e culturológica do objeto empírico desta Dissertação. A presença desse conceito aqui se dá por ser, aparentemente, um avanço a apropriação dos estudos de Fairclough ao discurso programático, na busca por uma abrangência conceitual adequada.

Há inúmeras vantagens em se adotar o conceito de programação como prática discursiva. A primeira e mais visível é de caráter metodológico: a análise crítica do discurso aponta mais para um modo de examinar textos em face de contextos, do que para uma teoria. É mais um procedimento do que um argumento. Existem, porém, ganhos teóricos importantes, sendo o que consideramos primordial a possibilidade de vinculação entre textos e práticas, entre os campos semânticos e sintáticos, da lingüística, e os campos políticos e comunicativos, da pragmática. Tal vinculação igualmente foi procurada por Habermas, por via da perspectiva intersubjetivista dos agentes e seus compromissos com os interlocutores através dos atos de fala. Em Fairclough, contudo, a solução prática é de teor metodológico, e aparece na figura de uma mediação essencial: a prática discursiva, isto é, o modo específico de produção, distribuição e consumo dos textos, vinculando-os às situações contextuais. A prática discursiva surge, portanto, como condição pragmática de possibilidade do discurso social. É em seu processo que os agentes diretamente envolvidos no discurso que se produz/consume realizam os textos e agem no sentido da mudança social. Enfim, é a prática discursiva que possibilita a conexão entre a fala e a sociedade, por via da mediação pragmática que estabelece.

No rádio e na televisão, à medida em que ocorre um afastamento do conceito administrativo de *grade* e se passa a adotar uma abordagem de caráter intersubjetivo, isto é, que busque visualizar as pessoas e grupos concretos em movimento, e não apenas as peças e instrumentos de decisão programática, torna-se clara a viabilidade de se considerar a programação como uma prática discursiva em processo, isto é, como um modo de produção, distribuição e consumo de textos, ou – para um desgarramento mais radical das metáforas

economicistas – como o conjunto dos procedimentos de realização, disponibilização e leitura de textos. Ainda que fosse adotada, parcialmente, como parece ser possível, a noção de grade, dentro de uma perspectiva de análise crítica de discurso e com exclusiva finalidade metodológica, é inteiramente viável considerar cada grade como um texto, ou, ainda, como um “texto contextual” ou um “texto indicial dos textos efetivamente veiculados”. O leque, enfim, de possibilidades de procedimento para o pesquisador é amplo, rico e de grande valor heurístico.

Como prática discursiva, a programação caracteriza-se sobretudo pela complexidade de seus processos. Nem sempre é possível definir com exatidão os espaços de produção, distribuição e consumo, no dia-a-dia das emissoras, sendo lícito definir um movimento que, não raro, enquadra simultaneamente todas essas três categorias: a veiculação ao vivo, momento em que a realização se efetua no ato de disponibilização e subsume que os processos coletivos de leitura estão igualmente sendo desencadeados ao mesmo tempo. Tais características confirmam o caráter transitório, marcado por uma temporalidade efêmera, dos textos de rádio e televisão. É ainda uma complexidade construída dentro de uma rede de transformação, em face de outros textos e discursos, que se integram e desintegram, em sua constituição através do tempo. Intertextualidade e interdiscursividade estão, o tempo todo, presentes no discurso programático, relativizando, por isso, o poder dos diversos mecanismos de controle administrativo das emissoras e de outras estruturas que se lhe conjugam.

Seria possível até aventar que as três categorias de análise da prática discursiva, em Norman Fairclough – coerência interna, força e intertextualidade – guardam uma interessante relação de simetria com os três conceitos de programação que distinguimos. A coerência interna aparece a partir da articulação funcional da grade, enquanto estrutura programática, embora o autor inglês tivesse feito questão de dizer que coerência, para ele, não é propriedade do texto, mas da interpretação (é a partir do trabalho de leitura que as partes do texto fazem sentido como um todo); a força, subsumida nos atos de fala e nas performances, remetendo a contextos capazes

de reduzir a ambivalência dos sentidos, constitui uma categoria em simetria com a noção de eficácia dos ritos programáticos, a partir do trabalho de Mônica Nunes; e, por fim, o caráter intertextual da programação remete à sua dimensão de relações sociais constitutivas, isto é, à interação dos agentes diretamente implicados, elemento definidor da prática discursiva. Caso esse quadro comparativo esteja correto, ainda que aproximadamente, torna-se evidente que a noção de programação como prática discursiva é um conceito mais amplo e capaz de abarcar os anteriores, com expressivas vantagens teóricas e metodológicas.

Como se nota, esse conceito de programação não pode ser dispensado. Uma programação de rádio e televisão é, indubitavelmente, prática discursiva, isto é, veicula textos – os quais devem ser lidos como textos, e estudados em face da pragmática das interações que se lhe entranham, dentro dos contextos sociais, econômicos e políticos de sua constituição. Nesse sentido, os trabalhos de Jürgen Habermas e E. Goffman recebem, com certeza, uma enorme contribuição metodológica de Norman Fairclough para serem desenvolvidos. Entretanto, aplicadas tais categorias às programações de rádio e televisão, ainda restam lacunas de grande importância, a serem preenchidas pelo esforço interpretativo.

Embora bastante útil, o conceito de prática discursiva ainda é fundado na análise da linguagem verbal, o que reduz a possibilidade de abordar o fenômeno programático em sua complexidade. Seu plano metodológico, ao vincular semântica, pragmática e política num mesmo quadro referencial, é extremamente operacional para uma visibilidade plural da comunicação. Contudo, não está aberto, como, até certo ponto, estão os ritos, por exemplo, para os sentidos marginais, especialmente os relacionados ao aspecto estético da interação propiciada pela comunicação social. Trata-se de uma abordagem que, se é extremamente frutífera, tem, entretanto, limites que, pelas características da comunicação social, no rádio e na televisão, precisam ser ultrapassados. De que forma abordar ou explicar, por exemplo, a veiculação musical, a partir dos procedimentos recomendados por Norman Fairclough, na

Análise Crítica do Discurso? Haveria a possibilidade teórico-conceitual de um “discurso musical”, cuja aproximação investigativa em pesquisa não redundasse num reducionismo da estética a análises que não a apreendem suficientemente? Ora, os efeitos de sentido desencadeados pelas esferas públicas constituídas com a presença social das instituições de comunicação, não comportam apenas a mediação da linguagem verbalizada, no plano comunicativo, nem a interação político-econômica, no plano estratégico-instrumental. Mas, sem dispensar tais sentidos, implicam também a interação comunicativa no plano da orientação estética, em que elementos como prazer, contato e reciprocidade se conjugam para a constituição de uma intersubjetividade, vinculada às estruturas simbólicas do mundo da vida.

Esta a razão pela qual propõe-se aqui um quarto conceito de programação, cuja natureza pretende absorver as vantagens dos anteriores, eliminando, dentro do possível, os problemas apontados, e capaz, igualmente, de abranger as possibilidades teóricas de um modelo de interação comunicativa mais amplo do que o que pode ser subsumido da interlocução verbalizada. Para a construção de tal conceito, buscou-se recorrer a um conceito da fenomenologia, o conceito de evento, dentro de um contexto de resignificação, a fim de servir aos propósitos deste trabalho.

3.4 O evento

A palavra *evento* possui uma ambigüidade semântica que a torna extremamente oportuna, para expressar a idéia de programação, no quadro teórico deste trabalho. Num

sentido muito utilizado nos meios profissionais da habilitação em Relações Públicas, evento significa, conforme Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa (1978, p. 251):

*“Acontecimento que se aproveita para atrair a atenção do **público** e da **imprensa** sobre a instituição. Pode ser criado artificialmente, pode ser provocado por vias indiretas ou pode ocorrer espontaneamente. Em geral, é programado, em todos os detalhes, no planejamento de relações públicas, ou numa campanha de RP ou de propaganda”.*

Esse é também o conceito com o qual trabalham especialistas da área, como José Benedito Pinho (1990, p. 73), Gaudêncio Torquato Neto, entre outros. Trata-se, na verdade, de uma noção que parte de um pressuposto estratégico-instrumental da comunicação, em que a noção de evento vincula-se às lógicas institucionais das empresas e organizações.

Outro é o conceito filosófico de evento, diretamente ligado à noção heideggeriana de *acontecimento* (*Ereignis*), e que, em Alain Badiou, aparece como *evento* (Badiou, 1993, p. 44-45):

“Para que comece o processo de uma verdade, é preciso que alguma coisa aconteça. Pois o que há, a situação do saber tal como é, só nos proporciona a repetição. Para que uma verdade afirme sua novidade, deve haver um suplemento. Esse suplemento é entregue ao acaso. Ele é imprevisível, incalculável. Ele está além daquilo que é. Eu o chamo de um evento. (...) Um evento está ligado à noção de indecidível. Vejamos o enunciado: ‘Este evento faz parte da situação’. Se nós pudéssemos, com as regras do saber estabelecido, decidir que este enunciado é verdadeiro ou falso, o evento não seria um evento. Ele seria calculável a partir da situação. Nenhuma regra permite decidir que o evento é um evento. Nada permite dizer dizer: aqui começa uma verdade. Será preciso fazer uma aposta. É por isso que uma verdade começa por um axioma de verdade. Ela começa por uma decisão. A decisão de dizer que um evento teve lugar.”

Como se nota, há uma distância considerável entre o evento, tal como considerado nas Relações Públicas, e o evento, em seu sentido filosófico, ligado a uma tradição fenomenológica. Se o primeiro se desdobra como típica uma ação estratégico-instrumental orientada a fins, o segundo é colocado como o espaço até certo ponto não racionalizável do acontecimento humano puro. Essa diferença é colocada por A. Melden (1961), numa discussão sobre as condições de possibilidade do ato livre (*free action*):

“O acontecimento (...) chega simplesmente, a ação (...) é o que faz chegar. Entre chegar e fazer chegar, há um abismo lógico, como o confirma a relação dos dois termos da oposição à idéia de verdade; o que chega é o objeto de uma observação, portanto, de um enunciado constataativo que pode ser verdadeiro ou falso; o que se faz chegar não é verdadeiro nem falso, mas torna verdadeira ou falsa a asserção de uma certa ocorrência, a saber, a ação uma vez feita”.

A diferença entre acontecimento e ação diz respeito, para o caso da abordagem deste trabalho, à ambigüidade da palavra evento, tendo em vista o seu uso profissional nas relações públicas e o seu uso filosófico, ligado à ocorrência do fortuito, do imprevisível, do inominável. Acontece que o abismo lógico referido por Melden precisa ser transposto, para um fenômeno como comunicação social, de forma geral, e a programação de rádio e televisão, de forma específica, cuja complexidade abarca ambas as categorias, resultando daí a razão da adoção do conceito de programação como evento. Do ponto de vista dos processos produtivos e realizadores dos sentidos programáticos, é difícil não enxergá-lo como obra teleológica de administração, economia e política: o conceito vulgarizado de grade constitui a expressão máxima dessa característica. Difícilmente algo vai ao ar “ao acaso”. Há planejamento e ação orientada a fins, na constituição das programações. É, pois, um evento previsto e acomodado às circunstâncias políticas, econômicas e discursivas do processo social em que está inserido. Entretanto, o ponto de vista da produção ou da realização não é o único possível em

comunicação, pelo próprio sentido específico da racionalidade da comunicação. Ao contrário, esse evento teleológico e administrativo *apenas se constitui enquanto comunicação social ao se tornar fruição e consumo*, e é nesse espaço de construção do sentido que a outra face do evento se estabelece, dentro de seus limites, mas igualmente no âmbito fenomenológico de suas possibilidades. O trabalho de interação desenvolvido pela esfera pública constituída pela presença social da programação faz eclodir a deriva, o acontecimento, e dá-se, no âmbito do mundo da vida, do cotidiano social⁷, o evento apenas nominável após seu acontecimento, indecidível, embora irremediavelmente vinculado à ação que lhe deu origem.

Apenas num plano lógico formal a ação e o acontecimento talvez não se estabeleçam juntas; no âmbito pragmático da comunicação social, e, em especial, das programações de rádio e televisão, não é recomendável separá-los, pois não é possível fazê-lo sem reduzi-los, seja conferindo poder em excesso aos agentes produtores, como na linha interpretativa da Escola de Frankfurt, seja aos receptores, como nos primeiros trabalhos de pesquisa da recepção, conforme Mauro Porto (1995) e Mauro Wilton de Sousa (1994). O posicionamento deste trabalho é intermediário, daí porque emprestamos grande importância à figura dos aparelhos mediadores e das mediações, que, neste plano teórico, são a condição de possibilidade da vinculação entre sistema e mundo da vida, entre teleologia e acidentalidade, entre ação e acontecimento, sintetizados no conceito polissêmico e plural de evento.

O aproveitamento heurístico da ambigüidade semântica da palavra *evento*, aplicada ao conceito de programação, representa, de alguma forma, uma recuperação e, ao mesmo tempo,

⁷ É necessário mencionar que a adoção do conceito de evento para expressar um movimento intelectual de valorização do cotidiano é contrária ao ponto de vista de Heidegger a respeito dessa categoria. Para este autor, a vida cotidiana do homem é considerada uma forma de existência inautêntica, constituída em termos negativos pela facticidade (o homem é jogado no mundo sem que sua vontade tenha participado disso), a existencialidade (ato de apropriação ou projeção do homem no mundo) e a ruína (desvio do indivíduo de seu projeto essencial, por causa das preocupações cotidianas, que o fazem confundir-se com a massa coletiva e resultam em sua alienação). Desse distanciamento, talvez resulte que o conceito de *evento*, adotado neste trabalho, mais se aproxime do inominável de Alain Badiou, do que do complexo *Ereignis* heideggeriano, embora aquele se refira a este.

uma reconstrução da noção de “ambivalência potencial” atribuída por Habermas às instituições de comunicação. Este autor defende que (1981, p. 390)

“These media publics hierarchize and at the same time remove restrictions on the horizon of possible communication. The one aspect cannot be separated from the other – and therein lies their ambivalent potential. Insofar as mass media one-sidedly channel communication flows in a centralized network – from the center to the periphery or from above to below – they considerably strengthen the efficacy of social controls. But tapping this authoritarian potential is always precarious because there is a counterweight of emancipatory potential built into communication structures themselves. Mass media can simultaneously contextualize and concentrate processes of reaching understanding, but it is only in the first instance that they relieve interaction from yes/no responses to criticizable validity claims. Abstracted and clustered though they are, these communications cannot be reliably shielded from the possibility of opposition by responsible actors”.

Ao adotar o conceito de programação como evento, definimo-la dentro dessa perspectiva ambígua, porém num sentido que certamente será mais amplo do que aquele posto por Habermas, já que não examina somente a possibilidade de contradições dos atores, pela via de posicionamentos de afirmação ou negação em relação às pretensões de validade suscetíveis de crítica. Ao partirmos da fenomenologia e da pragmática sócio-interacionista, a noção de evento insere os aspectos estratégico-instrumental e comunicativo da interação. O evento como “algo planejado” ou “ação teleológica”, representando o sistema, no sentido habermasiano, situação de ação das relações políticas e econômicas das relações públicas, e o evento como “acontecimento” ou “ação não teleológica” ou comunicativa, subsumindo o mundo da vida, o imprevisível e o incontrolável de Heidegger e Badiou; ambas essas

dimensões, reunidas, indicam, em nosso caso específico, a proposição de que as instituições de comunicação social, por via de suas políticas programáticas, em processo no âmbito das esferas públicas constituídas por sua presença social, na verdade realizam a conexão entre mundo da vida e sistema.

Essa proposição teórica significa fundamentalmente que as programações constituem, indubitavelmente, mecanismos de controle administrativo do sistema comunicacional e instrumento redutor de suas possibilidades de interação e sentido. As grades são instâncias de aferição teleológica, de programação de conteúdos e mensagens, e suas modificações mais significativas invariavelmente expressam esses movimentos teleológicos, de caráter seja estratégico (vinculados a opções ou negociações políticas ou reações a pressões de agentes sociais às vezes externos à rotina produtiva/realizadora), seja instrumental (determinados pela reconstrução dos imaginários de público-alvo ou pela inserção de sentidos construídos a partir de possibilidades de ganho e lucro financeiro). Além disso, é necessário admitir que, quanto mais vinculadas às redes unidirecionalizadas, e, por conseguinte, menos interativas forem tais programações, mais sensíveis são esses mecanismos de controle.

Entretanto, conforme analisara o próprio Habermas, esse potencial autoritário é sempre precário, porquanto repousa sobre estruturas comunicativas, isto é, não dispensam totalmente a linguagem como condição de seu funcionamento, argumento ao qual se pode, nessa altura, acrescentar que igualmente não dispensam também a criação e a alimentação de vínculos simbólicos, não obrigatoriamente vinculados à coordenação da linguagem verbal, com os seus diversos públicos conectados. Habermas reforça, rapidamente, essa argumentação com o que denominou as “contradições” reveladas pelos estudos da “comunicação de massa”, especialmente os que se debruçam sobre as audiências e a análise de programas. Sinteticamente, são as seguintes, essas contradições (Habermas, 1981, v. 2, p. 391): as emissoras são constantemente expostas a interesses rivais e, por isso, é marcada por

descontinuidades de caráter político-ideológico, profissional e estético; as instituições de comunicação social enfrentam conflitos decorrentes da “missão jornalística”; os programas não se limitam aos padrões da cultura de massas; as condições de recepção não raro invertem os sentidos pretendidos pelos emissores; a lógica própria da prática comunicativa cotidiana se defende das intervenções manipuladoras; e a evolução tecnológica não se direciona necessariamente à centralização das redes. É evidente que as menções de Habermas não são completas; na verdade, sequer dão conta das discussões essenciais do estudo da comunicação social. Observe-se, por exemplo, que ele sequer toca, nessa enumeração de contrastes, nos efeitos de sentido típicos do relacionamento público com as instituições de comunicação, isto é, na possibilidade de constituição de esferas públicas de realização e fruição de novas solidariedades. Em verdade, Jürgen Habermas apenas roçou o estudo da comunicação social.

Ao mesmo tempo em que são mecanismos de controle administrativo da instituição de comunicação, enquanto sistema, as programações, definidas como eventos, são também lugares de vivência e interação humana, espaços de intersubjetividade comunicativa, mediações direcionadas para o mundo da vida e, em grande sentido, submissas aos seus movimentos, ou seja, nem sempre “colonizadoras”, exatamente porque sua lógica não pode ser o tempo todo racionalizadora dessa esfera, comportando extensos e nem um pouco desprezíveis elementos de entretenimento e fruição, os quais se articulam de forma complexa e, não raro, paradoxal com os movimentos teleológicos de instrumentalização e de poder.

Poderíamos, com vantagens, apropriar também da sugestão de Giddens, Lash e Bech (1995), para afirmar que as práticas programáticas do rádio e da televisão, enquanto eventos, comportam um alto grau de reflexividade, isto é, abarcam importantes movimentos de autoconfrontação, os quais se situam internamente à sua própria processualidade. Integram-se, como não poderia deixar de ser, às condições de conflitualidade e efemeridade da “sociedade

de risco”, na medida em que seus agentes trabalham em meio a um elevado potencial de incerteza e com informações de alto grau de fugacidade.

O estudo das programações como eventos abrem, ainda, um amplo leque metodológico, cujas categorias aproveitam múltiplas abordagens teóricas, como, por exemplo, o estudo das grades, para a compreensão instrumental e administrativa; o estudo das tendências programáticas, para um entendimento sob uma perspectiva sócio-cultural e de macro-contexto; o estudo dos agentes e das relações entre eles, na abordagem das interações de caráter político-econômico; e, por fim, o estudo de suas formas discursivas e não-discursivas (referenciadas às linguagens verbal e simbólica) de relação intersubjetiva, ou dos vínculos comunicativos dessa esfera pública ampliada. Tudo isso, levando em conta a emergência das novas tecnologias e os aparelhos mediadores, que viabilizam a materialidade e a negociação de sentidos dos processos comunicativos, enquanto tais, categorias essas que devem ser sempre estudadas em função de seus macro-contextos teóricos (neste caso, as noções abertas de esfera pública e ação comunicativa), históricos e sociais (para os termos deste trabalho, dentro da discussão dos movimentos de globalização e de democratização, que se opõem e, paradoxalmente, se reforçam, como componentes de processos de homogeneização ante circunstâncias históricas de heterogeneidade social).

4. Os gêneros e formatos e as tendências programáticas

Em seguida à definição das diversas possibilidades de análise conceitual da programação, é necessário referir-se ao problema dos gêneros e formatos, categorias praticamente obrigatórias em quase todas as bibliografias existentes sobre o assunto. Nesse sentido, seguindo a coerência epistemológica que vem sendo construída ao longo deste trabalho, o principal objetivo deste capítulo será colocar em questão as operações classificatórias na ciência e na comunicação social, a fim de identificarmos nos cenários de contexto um referencial mais válido para o estudo das tendências programáticas do rádio e da televisão na contemporaneidade.

Os sistemas classificatórios derivam de forma diferente das duas principais escolas filosóficas gregas, que deram origem ao pensamento moderno: da herança socrático-platônica, vinculam-se à construção das teorias de conjuntos; e da herança sofístico-aristotélica, dos *topoi* ou lugares, e das qualidades de Aristóteles. Classificar consiste em possibilitar a comparação e a hierarquização de valores e conceitos. O pressuposto básico das classificações é a noção implícita de ordem, a qual, de certa forma, está contida em toda a metafísica da ciência moderna, inclusive na maior parte das ciências humanas e sociais. No trabalho operatório da construção do saber, as classificações possuem uma grande utilidade, não devendo ser abandonadas *a priori*, por conta de sua índole objetivista, que mais se vincula a razões de contexto histórico do que ao seu eventual valor ou sua desvalia metodológica. É defensável dizer, até, que não é possível construir conhecimento sem alguma classificação. O problema aparece quando se dá a essa ou aquela classificação um valor absoluto, isto é, quando se pressupõe um objetivismo do tipo positivista no movimento classificatório, como faz, por exemplo, André Lalande (1926, p. 165), para quem há dois tipos de classificação: a

classificação artificial, que depende de características arbitrariamente escolhidas, e a *classificação natural*, que aproxima objetos por semelhanças naturais e prepara a descoberta de leis. Ora, mesmo os ordenamentos do tipo “natural” têm também um alto teor de arbitrariedade, exatamente porque se baseiam na caracterização de equivalências e pertinências apenas possíveis a partir de escolhas contextual e culturalmente fundadas. Uma crítica simples e clara ao problema das equivalências, aplicada à estatística, é feita por Besson (1992, p. 45):

“... a equivalência à qual procede a estatística se opõe ao velho princípio da aritmética: não se somam couves-flores e cenouras (...). Duas abordagens se afrontam: a da similitude e a da diferença. A primeira é convergente, e portanto finita; a segunda, divergente, portanto sem fim: de fato, se não se pode misturar couves-flores e cenouras, tem-se o direito de misturar couves-flores de tipos diferentes? Couve-flor polpuda, couve-flor repolhuda, couve-flor vermelha, couve-flor branca, couve-flor verde, couve-flor coração-de-boi, etc., não são equivalentes nem para o agricultor que as planta e colhe, nem para o cozinheiro que as prepara, tampouco para quem as come. E para o poeta apaixonado pela couve-flor, cada uma delas seria única”.

Ao problema das equivalências se agrega o das pertinências. A informação que é pertinente para um usuário, não o é para outro. A simples diferença de nível entre os usuários pode redefinir a pertinência dos dados, motivada pela irredutível diferença de pontos de vista e de referenciais. Além disso, há variáveis que interessam e outras que não interessam. O mesmo Besson cita, por exemplo, o caso da pertinência da informação de que o acidente de Chernobil só afetou ligeiramente, de modo estatisticamente insignificante, a radioatividade do planeta. Nesse sentido, as opções de quem trabalha os dados se tornam subjetivas, pois se

situam num lugar qualquer entre regularidades e acidentes, entre o que é global e o que é individual, com todas as implicações que esses conceitos admitem.

No âmbito dos estudos sobre programação, a pretensão classificatória se vincula às tradições estrutural-funcionalistas da comunicação. Mauro Wolf (conf. Cébrían Herreros, 1991, p. 15) as conceitua como os

“... modos de comunicación culturalmente establecidos, reconocibles en el seno de determinadas comunidades sociales. (...) ... sistemas de reglas a las cuales se hace referencia (implícita o explícita) para realizar procesos comunicativos, ya sea desde el punto de vista de la producción o de la recepción”.

Nesse plano específico, as operações classificatórias nos estudos de comunicação trabalham com pressupostos bem definidos, tais como: uma pretensão descritiva objetivista (em lugar do *dever ser*, a preferência pelo *que é*, dentro de uma concepção formal, o que pode redundar numa perspectiva conservadora, que oculta a gênese social dos programas e programações, ao concebê-los como dados); a separação entre forma e conteúdo, vinculando-se, portanto, a uma tradição positivista que remete a uma tradição saussureana dos estudos de linguagem e redundam quase sempre nos métodos de análise de conteúdo; mantém-se exclusivamente no conceito estrutural-funcionalista de programação como grade, aplicando-lhes operações de simplificação na forma de tipologias sobre gêneros e formatos, de valor empírico altamente questionável, pois dificilmente é possível enquadrar os programas e as programações nesses quadros teóricos, sem operar um forçamento além do permissível; derivam, quase sempre, dos gêneros da literatura escrita muitas vezes transpostos para o jornalismo; e, por fim, trabalham com pressupostos funcionalistas (utilizam, amiúde, as “funções” como critérios definidores) e, não raro, utilitários (às vezes, vinculados ao próprio ensino de comunicação).

Isso, contudo, não significa que toda pretensão classificatória é destituída de sentido. Ao contrário, procuraremos demonstrar, neste capítulo, que, no estudo das programações de rádio e televisão, se a operação classificatória é insuficiente para assimilar uma pretensão descritiva, tal movimentação é, no entanto, válida para propósitos utilitários e normativos. Este é, por exemplo, o caso do *Manual de Formatos* (Rede Globo, 1997), uma pequena apostila normativa editada pela Superintendência Comercial da Rede Globo. Sem qualquer pretensão acadêmica, a publicação direciona-se às agências publicitárias e aos anunciantes, e dedica-se a estabelecer as normas formais de qualificação, duração e inserção dos diversos formatos comerciais veiculados pela Rede. São quatro os formatos definidos: o patrocínio, os formatos diferenciados, os formatos locais e os formatos de desenvolvimento comercial. Na tabela abaixo, procuramos sintetizar a hierarquização de formatos desse documento:

Patrocínios

<i>Abertura comercial</i>	Vinheta de identificação do patrocinador do programa ou evento que se inicia
<i>Encerramento comercial:</i>	Vinheta de identificação do patrocinador do programa ou evento que se encerra
<i>Chamada comercial:</i>	Promoção de programas ou eventos.
<i>Insert de vídeo:</i>	Marca e/ou logotipo do patrocinador inserida no vídeo, sobrepondo-se à imagem do filme ou evento
<i>Flash</i>	Divulgação de informações urgentes, com exibição de marca ou produto do patrocinador

Formatos diferenciados

<i>Top 5”</i>	Contagem regressiva de 5 segundos para a formação de rede nacional, desenvolvida para programas jornalísticos e eventos
<i>Hora Certa</i>	Formato comercial destinado à prestação de serviço, antecedendo programas jornalísticos
<i>Próxima atração</i>	Formato comercial exclusivamente desenvolvido para anunciar o início da transmissão de eventos
<i>Contagem regressiva</i>	Anúncio de chegada de data específica ou estação do ano

Formatos locais

<i>Classivídeo</i>	Anunciantes de um mesmo segmento de negócios veiculam suas mensagens em um único material e dividem entre si os custos de produção e veiculação
<i>Espaço cidade</i>	Classivídeo em que o critério de reunião dos anunciantes é a localização em uma mesma cidade. Formato impedido aos municípios que sediam as exibidoras da Globo e Afiliadas.
<i>Guia de turismo</i>	Anúncio de divulgação conjunta de prestadores de serviço de turismo em uma determinada região.
<i>Datas promocionais</i>	Mensagens institucionais homenageando ou promovendo datas ou períodos, que caracterizem fatos ou interesse da coletividade
<i>Mensagens setoriais</i>	Mensagens institucionais de valorização de um setor de negócios
<i>Aniversário de cidades</i>	Anúncio de difusão patrocinada de características e atrativos de cidades, vinculada ao seu aniversário

<i>Campanhas institucionais</i>	Mensagens de caráter educativo, identificando e promovendo práticas que resultem no bem-estar comum (alertas, prevenções, etc.)
<i>Eventos comunitários</i>	Promoção de eventos e atividades de lazer como caminhadas, passeios, gincanas, competições, etc.
<i>Eventos regionais</i>	Patrocínio ou associação de marca a festividades regionais e folclóricas
<i>Apoio cultural</i>	Anúncio voltado para a divulgação de espetáculos de natureza cultural
<i>Projetos direcionados</i>	Projetos criados sob medida, para atender a necessidades ou aproveitar oportunidades específicas do anunciante

Formatos de desenvolvimento comercial

<i>Merchandising</i>	Formato especial de inserção de produto, serviço ou marca dentro do contexto do programa, aproveitando a empatia de personagens e de oportunidades de cenário e situações que mimetizem a realidade. (classificado como “mídia subjetiva”)
<i>Licenciamento</i>	Cessão de licença de nomes e marcas de novelas e programas, e de personagens, para serem colados a produtos e campanhas promocionais (exceto a logomarca Globo e as marcas e aberturas de programas jornalísticos).
<i>Promoção</i>	Sorteios e concursos referentes à promoção de vendas

<i>Projetos institucionais</i>	Projetos que acentuam a importância da imagem corporativa ou da marca do cliente junto à comunidade, por ações culturais, comunitárias, educativas, etc.
<i>Espaço empresarial</i>	Relatório eletrônico de divulgação simultânea a diferentes segmentos de público e regiões geográficas, para comunicação exclusivamente corporativa e institucional.
<i>Pesquisa interativa</i>	Utilização do sistema público de telefonia para receber respostas a consultas, pesquisas, plebiscitos, etc., realizados através de comerciais durante a programação.
<i>Ações integradas</i>	Espaço destinado a empresas que pretendam relacionar sua marca ou produto a uma ação esportiva de significado nacional e elenco de grande projeção. Inclui vinheta de caracterização, insert, merchandising, pódio, quadro de classificação e menção pelo locutor.
<i>Games shows</i>	Patrocínio, com comercial e merchandising, para jogos e brincadeiras no Domingão do Faustão
<i>Intervalos integrados</i>	Ações conceituais de produto, desenvolvidas dentro do programa Domingão do Faustão, com a participação do apresentador, que poderá citar o comercial a ser exibido ou fazê-lo ao vivo.
<i>Esportes</i>	Ações integradas voltadas para projetos esportivos.
<i>Infomercial/Documercial</i>	Comercial de longa duração (10 a 30'), com conteúdo informativo e de entretenimento, veiculado ao final da programação e antes do encerramento da emissora, destinado à venda direta de produtos e à demonstração de seus benefícios.

Uma análise atenta do “padrão Globo” de inserções e promoções comerciais deixa explícito que, para compô-lo, não houve qualquer preocupação com critérios classificatórios, que não fosse a padronização em si, visando exclusivamente a caracterização de “produtos”, a serem vendidos como alternativas. As diversas categorias hierarquizadas confundem-se em termos de formato, conteúdos e propósitos (ora culturais, ora informativos, ora institucionais, ora promocionais, ora vários desses reunidos). Entretanto, trata-se de um gradeamento que delimita, que funciona, e exatamente pelo fato de não pretender uma descritibilidade dos “formatos possíveis” e sim uma normatização dos “formatos padronizados”. A pretensão normativa da classificação absorve todo o conteúdo de arbitrariedade das escolhas feitas, o que não seria tão simples, caso a intenção fosse descritiva.

As tentativas descritivas de classificação, dentro do espaço da pesquisa acadêmica, têm fracassado na razão direta de sua pretensão de exaustividade. Isto é, quanto menos generalista, pior é a classificação. A guisa de exemplo, mencionaremos as tentativas feitas por três autores espanhóis, de índole funcionalista: Arturo Merayo Pérez (1992), Josep Martí i Martí (1990) e Mariano Cébrian Herreros (1991). Pérez preocupa-se com a classificação de programas, Martí com a de programação e Herreros com os gêneros informativos. Será, contudo, aquele primeiro que mencionará, a partir de Muñoz y Gil, os diversos critérios possíveis para desenvolver esse tipo de hierarquização. Segundo ele (Merayo Pérez, 1992, p. 241), os desenhos programáticos podem variar por época ou temporada (habitual, verão, etc.), por horário (matinal, meio-dia, tarde, noite), por conteúdos (convencional ou especializada), gênero (informativo, musical, etc.), destinatário (infantil, feminino, etc.), frequência (diária, esporádica, fim de semana, etc.), por conhecimento do conteúdo por parte dos ouvintes (convocatório, etc.), por estrutura (mosaico, blocos, etc.), adequação (harmônica, anárquica,

etc.), área de difusão (nacional, regional, local, etc.) e por origem da emissão (vertical e horizontal).

Josep Martí i Martí adota claramente o estrutural-funcionalismo, para definir critérios de classificação das grades programáticas. Para este autor (1990, p. 81), “el modelo programático constituye el arquetipo del diseño de programación de una emisora”, e a maioria dos autores (inclusive ele) opera sobre dois critérios fundamentais: os conteúdos e as estruturas, uma dupla classificação, que, em nosso modo de ver, acaba sendo reduzida a apenas uma: a de formato, em face do qual se define uma macro-estrutura, para o formato da programação como um todo, e uma subestrutura, vinculada a diferenças formais de funcionamento interno da estrutura programática. É nesse sentido que Martí define dois tipos básicos de programação: a convencional, que insere conteúdos e formatos variados, a qual ele subdivide em três modelos, sendo o mosaico o que tem “... grand cantidad y variedad de unidades programáticas” (Merayo Péres, 1990, p. 90), o de blocos aquele que subdivide a programação em grandes programas de duração superior a três horas e que se distribuem em número de três ou quatro ao longo da programação diária, e o de continuidade ou a “programação aberta”, que se caracteriza pela informação noticiosa e improvisada ao longo de toda a programação. O segundo tipo de programação é o da rádio especializada, fundada em duas características básicas: a especialização dos programas e a segmentação da audiência, no que se distingue das programações convencionais, por serem estas voltadas para uma audiência supostamente universal e conterem programas variados. O modelo de rádio especializada, para Pérez (1990, p. 101 e seg.), subdivide-se em rádio monográfica, a que se especializa em “contenidos mui concretos” (musicais, informativos, participativos, etc.), servidos a partir de gêneros programáticos diferentes; e as “rádio-fórmulas”, que é a que se especializa em conteúdos e mantém uma estrutura formal repetitiva como se fora um único programa, em toda a programação.

Um outro posicionamento resulta do questionamento dos critérios de classificação. De certa forma, todas as classificações de programação seguem um ou mais dos critérios citados inicialmente por Pérez. Este autor, contudo, os critica por serem específicos demais, e reclama uma racionalidade mais ampla, que os possa abarcar, sem o cruzamento de uma enorme multiplicidade de variáveis que, conforme diz (Pérez, 1992, p. 252), “... arrojarían más confusión que claridad”. Essa racionalidade, o autor espanhol identifica na teoria das funções, que, para ele (idem, ibidem),

“... ofrece la posibilidad de elaborar una tipología desde la misma naturaleza de la comunicación radiofónica. Es decir, se trata de analizar el programa de radio desde un punto de vista endógeno al proceso comunicativo, desde su más profunda esencialidad, y no atendiendo únicamente a aspectos parciales, accidentales y, por tanto, mutables. Por otra parte, un estudio desde esta perspectiva permite considerar la dimensión social de un medio radiofónico concreto, es decir, el servicio que presta a la comunidad a la que se dirige”.

É a partir dessa excessiva crença nas virtudes do funcionalismo, que esse autor reúne os programas nas programações, de acordo com suas “funções”, dimensionando-as, portanto, em quatro: os programas **persuasivos**, como sendo os que induzem indivíduos ou grupos a crer ou realizar algo, subdivididos em publicitários (informam sobre produtos ou serviços por meio de anúncio pago) e propagandísticos (difundem idéias ou doutrinas); **formativos**, os que suscitam o conhecimento e a interpretação do entorno social e individual para a formação da personalidade humana, repartidos em instrutivos (meios didáticos formais), educativos (métodos informais, voltados para o conhecimento, os valores e as atitudes sócio-culturais); os **de entretenimento**, definidos como os que facilitam ao ouvinte centrarem sua atenção sobre a mensagem por fazê-la mais cômoda e agradável, que se subdividem em musicais (há várias possibilidades de uma tipologia de programas musicais), revistas ou de variedades e

outros (como femininos, concursos, humor, juvenis, etc.), e, por fim, os **informativos**, que subsumem os diversos formatos de jornalismo.

Um trabalho específico sobre classificação de programações – e o primeiro que procura reunir, num plano de análise, o rádio e a televisão – segundo a perspectiva informativa é o de Mariano Cebrián Herreros (1991), que reparte os “gêneros informativos audiovisuais” em três grandes tipos: os expressivos e testemunhais, dentro dos quais se reúnem os editoriais, comentários, críticas e crônicas; os referenciais ou expositivos, como a notícia, a reportagem, a reportagem investigativa, o informe jornalístico, o documentário e o docudrama (documentário dramático); e, por fim, os gêneros dialógicos ou apelativos, subdivididos em entrevista, a entrevista coletiva e os diversos gêneros coloquiais e de debate (mesa redonda, debates, etc.).

É visível a fragilidade dessas tentativas classificatórias. Primeiro, porque os critérios estão longe de serem excludentes o suficiente para definir com exatidão ou, no mínimo, com utilidade, as diversas partes das grades de programação. Toda tentativa de adequação das grades “reais” a essas “gavetas” classificatórias resulta em enorme dificuldade, originada pelo fato de os programas e programações insistirem em não obedecer a esse ou aquele critério exclusivo. E, como dissemos, o fracasso parece ser diretamente proporcional ao grau de especificidade ou de detalhamento desses intentos tipológicos. Salta à vista, porém, sobretudo a fragilidade da base teórica dessas classificações, vinculadas, em sua maioria, a variáveis meramente formais ou técnicos, cuja natureza heurística é praticamente nula para o conhecimento das práticas comunicativas humanas e das construções sociais de sentido. Fiéis a uma herança estrutural-funcionalista, remetem-se inútil e ineficazmente ao estatuto epistemológico das ciências naturais e criam, com isso, uma planificação completamente arbitrária e artificial (no sentido pejorativo do termo), e que, por terem uma pretensão descritiva, sequer guardam a utilidade da confusa e limitada, porém funcional e eficaz – dada

a sua natureza normativa, por ser, até certo ponto, imposta pela especificação de preços – classificação de formatos comerciais da Rede Globo, que discriminamos no início deste capítulo. É inteiramente impraticável uma subdivisão consistente de programas e programações a partir das “funções” da comunicação, tão elogiadas por Arturo Merayo Pérez. Como localizar e diferenciar suficientemente o persuasivo e o entretenimento, ou o formativo e o informativo? Isso somente é possível a partir de um forçamento que, por excessivo e arbitrário (como, por exemplo, o da definição de um “sentido preponderante” aplicada sofregamente a esses ou aqueles programas ou formatos), acaba condenando o esforço de fazê-lo à impropriedade de aplicá-lo sistematicamente.

A busca classificatória menos ineficaz (com o perdão do eufemismo) é a procedida por Martí i Martí, de divisão das programações em convencional e especializada, embora as subdivisões posteriores caiam, parcialmente, em indefinições semelhantes às dos autores mais copiosos. A postura de Martí assemelha-se à de Dominique Wolton, em sua invectiva contra o que tem chamado de “televisão fragmentada” e a favor da “televisão geralista”, adjetivos que foram admitidos em recente entrevista (Veja, 1997) por um dos homens mais importantes da história da televisão brasileira, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o *Boni*, afastado este ano do posto quase plenipotenciário que ocupou durante décadas na principal rede de TV do país. A validade, contudo, desse procedimento de tipificação está sobretudo na sua generalidade, como também na marca histórica característica do avanço das tecnologias das comunicações, que possibilitaram a multiplicação de sinais dos sistemas de televisão por assinatura, especialmente a TV a cabo, no Brasil, determinando uma diferenciação bastante clara entre a multiplicidade de canais desse modelo, viabilizador da especificação de formatos e conteúdos em cada um deles (ou a sua fragmentação, como quer Wolton), e o modelo “tradicional” do sistema aberto, de oferecimento de várias ofertas dentro do mesmo canal. Em verdade, o modo de se fazer televisão mudou pouco, sendo a operadora de canal, na

prática, uma “emissora” em muitos canais (sendo, mesmo, assim tratada tanto pelos usuários, quanto pelo seu próprio sistema de vendas e concorrência).

Interessa, neste momento, a verificação, que, nessa altura, já parece suficientemente demonstrada, da inconsistência de se seguir o trajeto classificatório para avaliar as programações. As grades, conforme demonstra o Manual de Formatos da Rede Globo, são meros instrumentos de controle administrativo – e não programações, como têm sido tratadas – e os sentidos dos eventos programáticos, por serem sentidos sociais, culturais, políticos e econômicos, devem ser tratados como tal. Tal a razão pela qual não há motivos para se persistir numa pretensão classificatória.

Por essa razão, a preferência deste trabalho, para a sistematização do conhecimento a respeito do objeto empírico, é o da adoção de uma figura efêmera, fátua, até certo ponto imprecisa, porém possível: a de *tendências programáticas*, ou seja, a visualização generalizante de aspectos hegemônicos ou que se movimentam a uma hegemonização, dentro da dinâmica dos eventos programáticos. Tais tendências devem ser estudadas dentro de macro-contextos, onde os diversos agentes sociais possam ser visualizados em movimento, em relação entre si.

Hipoteticamente, tais relações são estratégico-instrumentais (envolvendo, pois, sentidos políticos e econômicos), quanto mais os agentes se vinculem funcionalmente às estruturas institucionais de comunicação; e são comunicativas (subsumindo sentidos culturais, lingüísticos e/ou estéticos), quanto mais os agentes se vinculem à condição de sujeitos concretos, imersos no cotidiano do mundo da vida. No mundo prático da esfera profissional, dentro das emissoras, tais tipos de relação quase sempre se confundem. E, no âmbito da formação social da esfera pública, dentro do espectro de abrangência de cada emissora, a comunicação social ocorre carregada por mediações que atuam como negociadores coletivos de

sentido, ora tendendo mais às lógicas do sistema, de caráter homogeneizante, ora vinculadas à dialética do mundo da vida, de caráter heterogêneo.

Em nenhum momento, entretanto, tais sentidos, mesmo que resultem hegemônicos, são totalizantes, seja por efeito dos potenciais de ambivalência mencionados por Habermas e ampliados pela característica de eventos das programações, seja porque a heterogeneidade constitui marca ontológica inquebrantável da existência social. Dessa forma, *homogeneização* e *heterogeneidade* são as macro-tendências observadas nas relações instituídas pelas programações, as quais, neste trabalho, são visualizadas a partir do macro-contexto da globalização.

PARTE III

AS TENDÊNCIAS PROGRAMÁTICAS NA GLOBALIZAÇÃO

5. Globalização como contexto

Um debate sobre as tendências das programações de rádio e televisão que supere a noção de grade como elemento definidor (embora a preserve como peça instrumental de certos agentes), relativize a abordagem estrutural-funcionalista ou administrativa da comunicação social e, por conseguinte, seja capaz de dispensar as hierarquizações classificatórias de forma e conteúdo para a compreensão do objeto, deve partir de uma leitura de contexto. Neste trabalho, a opção feita é por dois conceitos básicos, para operar esse movimento teórico: globalização e democracia, a primeira tomada como figura de contexto, e a segunda, como projeto. Nesta Parte, dado o seu caráter analítico-descritivo, trataremos apenas deste primeiro, deixando a segunda como uma tomada de posição propositiva reservada à conclusão.

Cumpramos inicialmente justificar a presença, aparentemente arbitrária, de um conceito tão abrangente, como o de globalização, num estudo que, à medida que se desenvolve, se faz tão específico. É que a globalização, apesar de ser um nome já desgastado, como afirma Maria Lúcia Maciel (1996, p. 5), tem sido praticamente obrigatório para o entendimento da contemporaneidade. Primeiro, por se tratar do mais novo problema da sociologia: uma disciplina criada na modernidade, para dar conta dos problemas nacionais, se vê hoje às voltas com a contingência de tratar o mundo como sociedade. Os estudos sociológicos até hoje foram caudatários do Estado-nação, porém, o processo em curso, de rompimento das fronteiras entre os países, desencadeia novas contradições e novos problemas a serem resolvidos pelo pensamento sociológico, especialmente no âmbito da cultura. Diversas questões aparentemente desvinculadas de qualquer sentido prático para o indivíduo ou o

cidadão comum, ganham grande relevância, como a ecologia, a camada de ozônio e... as comunicações⁸.

Neste capítulo, pretende-se discutir como o contexto globalizante, ao instaurar modificações no sentido de territorialidade, estabelece jogos de contradições e complementaridades entre os espaços locais e globais. Em seguida, nos capítulos posteriores desta Parte, procurar-se-á demonstrar que a comunicação social, cujo desenvolvimento histórico no capitalismo se deu por um forte processo de institucionalização e de avanço tecnológico, durante este século, torna-se paulatinamente um fundamento imprescindível para o processo de globalização, cujo movimento é anterior àquela institucionalização e à emergência da eletrônica. E, ao final, introduzimos os eventos programáticos em suas dinâmicas de negociação de sentidos entre os movimentos de homogeneização e as heterogeneidades sociais que a globalização instaura.

O interesse específico deste trabalho, no estudo da globalização e das complexas condições históricas e sociais que tornam viável seu projeto homogeneizante, será, portanto, compreender o macro-contexto em que se situam as redes e as emissoras locais, para, enfim, vincular esse entendimento à busca de detecção das tendências programáticas, mencionadas em lugar dos jogos classificatórios analisados no capítulo anterior.

⁸ Distinguem-se, neste trabalho, três conceitos definidores: *comunicação*, *comunicações* e *comunicação social*. *Comunicação*, como dizendo respeito a todo e qualquer processo de interação dentro do qual sentidos são compartilhados intersubjetivamente (no que difere das abordagens informacionais, cujo pressuposto hipodérmico e cibernético não compadece com a abordagem sócio-interacionista deste trabalho); as *comunicações* como relacionadas à convergência tecnológica que possibilitou a multiplicação das possibilidades comunicativas e a ampliação da esfera pública; e, por fim, a *comunicação social*, conceito vinculado às instituições específicas e autonomizadas de comunicação, cuja conformação é apreendida nos diversos formatos de imprensa escrita, rádio e televisão.

5.1 A marca da globalização: o território se torna uma metáfora

Apesar de não ser um movimento histórico novo, a emergência ou a urgência de seu estudo pelas ciências sociais é algo recente. Roland Robertson (1990, p. 34-35) pontua o que denomina “um modelo mínimo da globalização”, assinalando as diversas fases históricas que, num grau crescente de densidade e complexidade, o movimento globalizante se estruturou, até os dias de hoje. São, ao todo, cinco fases: 1) *Fase embrionária* (começo do século 15 até a metade do século 18): crescimento incipiente das comunidades nacionais e a decadência do sistema “transnacional” medieval; 2) *Fase incipiente* (até década de 1870): mudança brusca em direção à idéia do estado unitário homogêneo, cristalização de conceitos de relações internacionais formalizadas, de indivíduos padronizados como cidadãos e um conceito mais concreto de humanidade; 3) *Fase da decolagem* (até a metade da década de 1920): conceitos globais crescentes, tematização das identidades nacionais, inclusão de sociedades não-européias na “sociedade internacional”, aumento das formas globais de comunicação e início do movimento ecumênico e das competições internacionais (Nobel, Olimpíadas, etc.); 4) *Fase da luta pela hegemonia* (até metade da década de 1960): disputas e guerras, conflitos internacionais a nível global em torno das formas de vida, holocausto, bomba atômica, ONU; 5) *Fase da incerteza* (tendências para crise na década de 90): inclusão do Terceiro Mundo, acentuação dos valores pós-materialistas, fim da guerra fria, aumento acentuado no número de instituições e movimentos globais, interesse na sociedade civil mundial e na cidadania mundial, e consolidação do sistema mundial da mídia.

A visão de Robertson é claramente culturalista, deixando de citar ocorrências da maior relevância para uma história da globalização, situadas no terreno da economia. Porém, sua visão em forma de estágios é útil por deixar entrever que o movimento social e histórico de globalização, da forma como se conceitua hoje, constitui na verdade um processo vinculado

aos movimentos anteriores de expansão do capitalismo. Conforme acentua Renato Ortiz (1996, p. 45), o surgimento do Estado-nação se vincula à Revolução Industrial; o mundo nacional é fruto do industrialismo, porém, essa relação entre nação e modernidade se rompeu, porquanto “... continua em seu interior um movimento próprio, uma tendência que dificilmente se confinaria aos limites da realidade nacional”, sendo possível, na atualidade, sermos modernos, sem necessariamente sermos nacionais. Em outro texto, Renato Ortiz (1994, p. 15) já dissera que a globalização é um fenômeno emergente, ainda em construção, e trata de diferenciá-lo de internacionalização.

“Se entendermos por globalização da tecnologia e da economia a internacionalização das trocas, dos produtos e de conhecimento, evidentemente não estamos diante de um fato original. O mesmo pode ser dito se falamos da multinacionalização de empresas nacionais que operam em escala internacional. (...) Por isso os economistas começam a estabelecer uma distinção entre internacionalização e globalização. (...) ... esses termos não são sinônimos. (...) Globalização da atividade econômica é qualitativamente diferente. Ela é uma forma mais avançada, e complexa, da internacionalização, implicando um certo grau de integração funcional entre as atividades econômicas dispersas”.

É a redução da importância do conceito de nação que torna novo e incipiente o estudo do fenômeno contemporâneo da expansão capitalista. A sociologia ainda é apegada a um instrumental teórico construído no final do século 19 (classe, indivíduo, Estado, desenvolvimento, etc.). Por ser recente e por implicar desafios para o pensamento científico, a construção conceitual da globalização tem sido procedida por uma “profusão de metáforas” (Ortiz, 1994, p. 14). E são inumeráveis: Revolução mundial (Alexander King), Terceira onda (Alvin Toffler), sociedade informática (Adam Schaff), sociedade amébrica (Kenichi Ohmae), Aldeia Global (McLuhan), economia-mundo, sistema-mundo, cidade global, *shopping center*

global, capitalismo global, mundo sem fronteiras, tecnocosmo, hegemonia global, fim da geografia, etc. Algumas são emblemáticas e sugerem a formação de teorias sobre a globalização. Por exemplo:

Economia-mundo: conceituação que trabalha com categorias da geografia e da história, com base na primazia do econômico. Conforme Octávio Ianni (1995, p. 27), para Immanuel Wallerstein, trata-se de rescrever a história do capitalismo, e em Braudel, a história universal, de acordo com a idéia de economia-mundo. Braudel define a economia mundo como o “mercado de todo o universo”, enquanto que Wallerstein trabalha com a noção do sistema social global, com limites, estrutura, grupos, regras e coerência, que se expressa como *impérios-mundo* (com sistema político único sobre toda a extensão) e as *economias-mundo* (múltiplos sistemas políticos). Numa obra organizada por Mike Featherstone (1990), porém, Wallerstein, em resposta a Roy Boyne, parece contestar a descrição que lhe faz Ianni, ao afirmar que economia, política e cultura são, para ele, “não-temas”, isto é, temas fictícios, inventado para nós pela ciência do século XIX. Sua posição é a de tentar ignorar essa “trindade profana”, a fim de iniciar “a construção de uma nova ciência social histórica que nos livrará de muitos becos sem saída” (Wallerstein, 1990, p. 77).

Internacionalização do capital: Dispersão geográfica das forças produtivas (capital, tecnologia, força de trabalho, divisão do trabalho social, planejamento e mercado). Globalização do capitalismo, em termos geográficos e históricos.

Interdependência das nações: Teoria sistêmica. Considera o Estado-nação como ator privilegiado, embora desafiado por corporações, empresas e conglomerados. Focaliza as relações exteriores (Estados nações soberanos, acomodando-se a realidades geoeconômicas e geopolíticas regionais e mundiais). Há, nessa teoria, uma certa dose de idealização, pois supõe integração, equilíbrio e harmonia dos Estados-nação. Criticável, vez que o conceito de soberania, criatura da instituição do absolutismo, está em redefinição.

Ocidentalização do mundo: Noção evolucionista, ligada aos conceitos de civilização ocidental e modernização, nos padrões da Europa ocidental e dos Estados Unidos. Modernizar, dentro dessa ótica, quer dizer: secularizar, individualizar, urbanizar, industrializar, mercantilizar, racionalizar. Inclui o princípio da *mão invisível*, confere papel especial às *elites* modernizantes e implantadoras da profissionalização, modificação institucional, etc. Racionalidade pragmática, técnica, automática.

Aldeia global: De Marshall McLuhan, sugere a idéia de comunidade, harmonização e homogeneização. Fé na organização, no funcionamento e mudança da vida social, originada pela técnica eletrônica, em que a informação se torna a mercadoria de maior valor. O signo da globalização estaria na comunicação, cumprindo a mídia o papel de intelectual orgânico dos centros mundiais de poder.

Por que o abuso das metáforas? Renato Ortiz (1994, p. 14) considera que é por serem elas reveladoras de “... uma realidade ainda fugidia ao horizonte das Ciências Sociais”. Segundo Ianni (1995, p. 22-23), de metáfora em metáfora, engendra-se a fantasia produtora da utopia que, por fim, exorciza o caótico pela sublimação.

A principal preocupação nessa relação cognitiva com o metafórico, é que, por ser ela vinculada à construção de imagens caleidoscópicas, polissêmicas, e por trabalhar com os sentidos da imaginação e da reflexão ao mesmo tempo, esse trajeto se faz assumindo riscos. É o observador em vôo, que, para ver distante e contemplar o horizonte, arrisca-se às miragens e às generalizações idealizadoras. Na imagética metafórica da globalização, um dos riscos mais visíveis é o de se deixar levar por uma lógica totalizante, supondo um processo geral que torna o mundo unificado e homogêneo. Featherstone (1995, p. 9) alerta para esse perigo e Boaventura Santos (1997) busca conjurá-lo adotando a perspectiva de múltiplas globalizações, que se dão por via de localizações. Outro risco é o da embriaguez do otimismo exacerbado, muito comum nos ideólogos do sucesso empresarial, pela qual se cultiva uma

visão determinista e evolucionista da lógica globalizante, instaurando uma espécie de ideologia da heteronomia global, pela qual cumpre adaptar-se para não morrer, sendo essa adaptação um dos mais evidentes sintomas de “inteligência”, seja ela a emocional ou qualquer das outras que o pragmatismo neuropsicológico norte-americano já detectou em nós. É contra essa lógica, que pretendemos construir a visibilidade do heterogêneo, o que nos tem conduzido, dentro da pesquisa em comunicação, para os estudos de recepção e para a discussão do pluralismo democrático não apenas no plano da normatividade institucional, mas, também e sobretudo, no âmbito das experiências estéticas e das vivências cotidianas do ser humano em sociedade.

A metáfora mais generalizada do conceito de globalização atua a partir da idéia de território. Da noção de território demarcado por fronteiras visíveis e estabelecidas pelo Estado-nação, parte-se para uma noção pós-moderna de transnacionalização do território. Ou, no dizer de Milton Santos (1993, p. 15),

“... caminhamos (...) da antiga comunhão individual dos lugares com o Universo à comunhão hoje global: a interdependência universal dos lugares é a nova realidade do território.”

Ocorre, nesse momento, a superação da noção de local como um espaço particular e delimitado, presumido a partir de uma identidade cultural estável, homogênea e integrada, reconhecível à parte das sociedades nacionais. Featherstone (1995, p. 12) denomina isso de “ilusão do isolamento espacial” e critica as interpretações simplistas do processo de globalização, que o subsumem ou como homogeneização ou como fragmentação dos sentidos culturais. Ora, da mesma forma como a noção tradicional de espaço local perde o sentido, também é falsa a conceituação do globo como um só lugar. Para Featherstone (idem, p. 35), “o modelo mais apropriado para representar o processo é o de um amontoado, uma congérie

ou um agregado (...) em que o fato de que não se encaixam nem querem se encaixar torna-se notável, além de constituir uma fonte de problemas práticos”.

Milton Santos (1993) procura resolver essa questão da territorialidade afirmando que nem tudo é estritamente transnacionalizado. E propõe uma modificação no conceito de *região*, o qual passa a ser instituído a partir de *horizontalidades* (domínios da contiguidade, dos lugares vizinhos pela continuidade territorial) e *verticalidades* (pontos distantes ligados por todas as formas e processos sociais). As horizontalidades instituem lugares contínuos, cujo espaço é de todos e cuja lógica societária é a da comunidade; e as verticalidades, lugares de rede, espaço de alguns, cuja lógica passa a ser segmentada por efeitos específicos de sentido. Geograficamente, os lugares podem ou não ser os mesmos, porém passam a assumir funcionalidades diferentes. E a informação, metáfora dessa teia de relações, desempenha um papel semelhante ao que antes era o da energia, como instrumento de ligação entre as partes do território.

Outra solução, não muito distante desta, é oferecida por Boaventura de Sousa Santos (1997), para quem não há um único processo de globalização, mas globalizações diversas. Isso significa que os processos culturais de globalização são múltiplos e, até certo ponto, específicos, e, por isso, nem tudo se globaliza ou, em outros termos, aquilo que se globaliza ou é globalizado jamais o faz totalmente. De duas formas a multiplicidade da globalização pode ser entrevista: seja definindo-a por especificidades, seja pelas operações de horizontalidade e verticalidade. Uma apreensão do primeiro tipo é procedida por Murilo Ramos (1995), ao falar em três globalizações. A primeira é uma globalização política, historicamente marcada pela assinatura, em 1957, do Tratado de Roma, criando o Mercado Comum Europeu; pela chegada de Gorbachev ao poder na União Soviética, em 1985; e pela queda do muro de Berlim, em 1989. A segunda, uma globalização da produção, com a unificação do espaço econômico, tanto pela fragmentação da cadeia produtiva quanto pela

integração de mercados, e com a consolidação dos três pólos econômicos: mercado, finanças e tecnologia. No âmbito financeiro, ocorre ainda o enorme crescimento dos investimentos estrangeiros diretos com a conseqüente ampliação do nível de interdependência mundial, com a formação, segundo Touraine, de um modelo tripolar que diferencia pólos (Estados Unidos, Europa Ocidental e Japão), atores intermediários (Mercosul, entre os Estados Unidos e a Europa; e a Índia, entre a Ásia e a Europa) e zonas marginais (as regiões africanas, o mundo árabe e o mundo soviético). Touraine, contudo, afirma isso para contestar a validade do conceito de globalização (que ele enxerga pela perspectiva da homogeneização mundial), pois, para ele (1996, p. 5-6),

“... o atual sistema globalizado, sob hegemonia norte-americana, tem como contrapartida o fortalecimento dos integrismos que se congregam em nome da defesa de uma sociedade ou de uma cultura que se sente ameaçada pela globalização”.

Murilo Ramos (1995) destaca ainda um terceiro tipo de globalização, por cuja natureza este trabalho particularmente se interessa. Trata-se da globalização informativa, caracterizada, segundo ele, no Brasil, pela introdução das redes digitais de banda larga e suas demandas por conteúdos. Um detalhamento desse aspecto da globalização será tratado ao se falar das novas tecnologias e nas específicas modificações que trazem à conformação institucional da comunicação social.

Outra forma de caracterizar a questão da multiplicidade da globalização, ou das “globalizações” é apresentada por Boaventura de Sousa Santos (1997), dentro da perspectiva de uma apropriação metodológica para a compreensão do fenômeno. Nesse sentido, o movimento globalizante se efetua de forma dialética, isto é, ao se globalizar uma instância, esse mesmo processo efetua uma localização das demais instâncias. Assim, por exemplo, quando a produção cinematográfica hollywoodiana se torna globalizada, as esferas produtivas

das diferentes regiões e países é, dialeticamente, localizada. A globalização, nesse caso, se daria pela supressão ou pela renúncia dos conhecimentos não globalizados. O primeiro caso é bem o *epistemicídio*, com o qual se preocupa Boaventura Santos (1997), que, pelos silêncios que opera, realiza a destruição de elementos identitários fundamentais; enquanto que o segundo expressaria os movimentos globais em convivência e negociação de sentidos com os locais, como podem ser limitadamente percebidas as situações de globalização em ambientes democráticos. De toda forma, global e local se entrelaçam de modo complexo, não sendo aceitável uma construção teórica que opere uma simplificação monolítica desse processo.

Essa idéia de entrelaçamento entre global e local está contida nos termos *glocal* e *glocalização*, que, segundo Roland Robertson (1995, p. 28), é uma ressignificação de um jargão japonês derivado de *dochaku* e originário de um princípio de agricultura de adaptação de técnicas agrícolas às condições locais, que, no próprio Japão, passou a ser adotado durante a década de 1980 pelos meios empresariais para traduzir a adaptação de sentidos globais estrangeiros às condições regionais. Agora, contudo, o Dicionário de Novas Palavras de Oxford é citado por Robertson (idem, ibidem), informando que *glocalização* tornou-se “... one of the main marketing buzzwords of the beginning of the nineties”.

A natureza da discussão sobre a territorialidade, contudo, não diz respeito tão somente à questão geográfica do sentido de espaço, agora metaforizado e lançado para o âmbito do imaginário. As categorias de globalidade e localidade expressam movimentos ou sentidos de relações sociais. Isso significa que falar em global e local é necessariamente falar de homogeneidades e heterogeneidades, ou, de modo mais específico e significando processos mais do que estados de coisas, falar de tendências globalizantes, voltadas para homogeneizações, e de estados sociais de localização, traduzidos pelas heterogeneidades. Tal interpretação já indica um posicionamento deste trabalho. Ao efetuar a recusa do termo “homogeneidade”, pretende este trabalho, num primeiro momento, desvincular teoricamente o

conceito de global à noção de universal, concordando com a crítica a essa justaposição feita por Renato Ortiz (1996, p. 51 e seg.), para quem conferir equivalência a esses termos, além de reduzir o problema filosófico da universalidade (vinculado a valores como a liberdade, a justiça e a igualdade, da tradição iluminista) a uma questão territorial, de mera abrangência, ocasionando uma inaceitável substituição de uma dimensão qualitativa por outra quantitativa. E pretende-se, também, num momento seguinte, operar a disjunção entre uma pretensão homogeneizante, implícita no aspecto cultural do processo de expansão do capitalismo, e o seu efetivo desempenho, na esfera pública e no mundo da vida, ou seja, recusar a “homogeneidade” como dado, admitindo a “homogeneização” como movimento, de certa forma equivalente aos conceitos de racionalização e de colonização do mundo da vida em Max Weber e Jürgen Habermas, respectivamente, sem, contudo, admitir tais processos como totalizantes.

Isso implica perceber a globalização, não como sinônimo de homogeneização, mas na condição de um desenvolvimento desigual, combinado e contraditório, em que o todo não se distribui similarmente pelas partes, e as partes fazem emergir racionalidades e dinamismos próprios, que às vezes se disseminam de forma fragmentária e desigual pelo todo. O estudo da globalização passa a ser, portanto, a análise de expressões diversificadas de localismos, singularidades, particularismos e identidades, isto é, de homogeneizações variadas que convivem com múltiplas heterogeneidades, processo dentro do qual se deve contar inclusive com o ressurgimento de fundamentalismos, etnicismos, etc.

A tese aqui defendida é de que esse processo expansivo, mesmo que tendo se iniciado com a própria modernidade, apenas adquire a abrangência atual devido a uma série de importantes eventos, entre os quais se pode acentuar, como de elevada importância, a emergência das novas tecnologias das comunicações. Encaradas pela tradição marxista ortodoxa como um epifenômeno dos processos econômicos, as NTC são aqui apresentadas,

sem qualquer pretensão de estabelecer uma relação de causalidade, como parte inalienável do processo de globalização, ou, de forma mais radical, como uma *materialidade específica* da própria mundialização da economia que, com o surgimento do capital financeiro especulativo, o chamado *hot money*, que assombra pelo seu poderio os gestores das economias nacionais, se desenvolve sobre as trilhas comunicativas das novas tecnologias.

6. Globalização contemporânea das comunicações: institucionalização e novas tecnologias

A compreensão do fenômeno comunicacional neste século e de sua inserção no capitalismo globalizante, em uma perspectiva latino-americana e, especificamente, brasileira, passa pela análise de dois processos: a institucionalização, trabalhada por Lavina Ribeiro, e as novas tecnologias da comunicações, analisadas por diversos autores, entre os quais destacamos Murilo César Ramos, Sérgio Capparelli e Marcos Dantas. Esses autores, de perspectivas diferentes, contribuem para iluminar a estruturação dos processos e instituições da comunicação social no país, enquanto sistemas. Lavina Ribeiro defende uma tese de elevada abrangência histórico-sociológica, a da relativa autonomização da comunicação por via de sua institucionalização; Murilo Ramos ocupa-se das possibilidades políticas dos desenvolvimentos tecnológicos; de Sérgio Capparelli aproveitamos seu recente estudo sobre as legislações do Cone Sul num contexto de emergência particular do modelo pós-fordista de televisão; e, de Marcos Dantas, as vinculações econômicas do sistema institucional das comunicações no Brasil e no mundo.

Desses autores, apropriamos algumas contribuições, em graus diversos, para defender a tese de que o processo de autonomização da comunicação em formatos institucionalizadores, que passam a trabalhar numa lógica própria e que se estabelecem hoje em conglomerados oligopolistas num quadro de considerável redução da influência e da regulamentação dos Estados nacionais, culmina na constituição das novas tecnologias das comunicações como uma das materialidades da chamada “globalização informativa” (Ramos, 1995), criando, com isso, uma sociedade comunicacional, cujas qualidades específicas se ligam de forma indissociável às condições de possibilidade não apenas da racionalidade

estratégico-instrumental do sistema capitalista, mas também às pretensões de validade das interações comunicativas, o que aponta para a constituição de novas e múltiplas esferas públicas, cujo grau de colonização ou de autonomia ainda estão por ser estudados, mas que, no âmbito específico do estudo dos eventos programáticos, indicam duas macro-tendências fundamentais e algumas hipóteses para a construção de um projeto democrático-comunicativo de abrangência ampliada, isto é, de alcance mais amplo do que o situado nos campos da economia e da política, ao incluir também as discussões e possibilidades culturais do mundo da vida.

6.1 A conformação institucional das comunicações

O estudo de Lavina Ribeiro⁹ sobre a conformação institucional da comunicação é singular. Ela foi inicialmente movida pela insatisfação com os conceitos instrumentais de comunicação, forjadores de termos como “meios” de comunicação ou comunicação de “massa”, bem como com as apropriações hipodérmicas e economicistas de “indústria cultural” e “consumo” ou “cultura de consumo”, necessariamente veiculadas pelos “meios de comunicação”. Para ela (1996, p. 9), tais teorias explicativas, além de serem historicamente datáveis,

“... não compreendem mais a complexidade do objeto que pretendem nomear, descrever e explicar. São formações arcaicas que o cristalizam numa grade interpretativa nociva à reflexão atual sobre sua estrutura e dinâmica, o que

⁹ É lamentável que a conclusão deste trabalho não tenha podido esperar a finalização da Tese de Doutorado dessa autora, junto à Unicamp, cuja publicação, na forma da defesa prevista para o primeiro semestre de 1998, com certeza ampliará – podendo, mesmo, obsoletizar – muitas das análises e proposições desta Dissertação. A base para a presente exposição das idéias de Lavina Ribeiro é sua obra *Contribuições ao estudo institucional da comunicação* (Edufpi, 1996).

acarreta distanciamentos entre a academia e a qualidade objetiva do fenômeno e uma intervenção equivocada no interior do seu movimento institucional”.

Por essa razão, a busca de Lavina Ribeiro tem sido estabelecer a correlação entre a configuração estrutural da comunicação social e a legitimação institucional de seus processos, convicta de que “... as instituições de comunicação ‘construíram’ (...) um lugar próprio de existência, socialmente legitimado, em virtude da natureza particular de seus atributos, ações e finalidades” (idem, p. 10). Para isso, ela utiliza, como referenciais teóricos, a filosofia e sociologia políticas de Jürgen Habermas, a revisão crítica das teorias da comunicação (de inspiração weberiana, marxista e liberal) e a tradição inglesa dos *cultural studies*. Neste trabalho, colocaremos em relevo algumas de suas apreensões teóricas, direcionando-as, especificamente, para os objetivos deste trabalho.

Lavina Ribeiro assume a tese habermasiana (Habermas, 1961, p. 29) de que “... a troca de informações se desenvolve na trilha da troca de mercadorias”, mas afirma que tais processos têm em comum apenas a *trilha*, já que passam a operar, com o desenvolvimento da esfera pública burguesa, em espaços próprios. Serão os relatos escritos e impressos sobre a circulação de mercadorias e capitais, ao se tornarem regulares graças ao sistema de intercâmbio privado de correspondências criado pelos comerciantes, que transformam as grandes cidades européias em centros de trocas de informações. Vislumbra-se, nessa atividade, os primórdios de uma nova esfera de sociabilidade, que ainda não é “pública”, porquanto não há o acesso generalizado do público. Entre os séculos 14 e 17, com o crescimento das cidades, o surgimento de novas práticas produtivas, a separação entre público e privado (e, por conseguinte, Estado e sociedade), a criação do Estado-nação e a emergência da nova esfera pública, estabelecem-se as condições para o surgimento da informação como notícia. Lavina, contudo, contesta a tese de que a informação se torna notícia a partir do instante em que se transforma em mercadoria, isto é, quando passa a ser impressa e vendida a

um público relativamente genérico e anônimo, argumentando que “esta característica é relativa apenas às suas condições objetivas de produção e distribuição”, mas “não é capaz de explicar as razões da natureza específica dos tipos de relato emergentes nestes primeiros jornais comerciais ou da origem do público que eles inauguram e delimitam” (Ribeiro, 1996, p. 31). Mesmo a interpretação habermasiana de que as notícias, na medida em que se tornam mercadorias, passam a ser sujeitas às mesmas leis do mercado a que devem seu surgimento (Habermas, 1961, p. 35), é vista por Lavina Ribeiro como um argumento plausível, mas não exaustivo e, até, incoerente com as próprias convicções teóricas do autor.

À medida em que a produção da notícia se consolida nos escritórios de correspondências privadas, sofrendo ainda um crescente intervencionismo dos Estados absolutistas, e à medida em que a imprensa se consolida, surgem os elementos para uma mudança no perfil institucional da informação. Institucionalizada como bem público, a notícia torna-se um espaço específico de fornecimento da referencialidade cotidiana da ação e da reflexão individual, além do caráter instrumental e utilitário entrevisto na estrutura empresarial que lhe dá corpo e na sua manipulação como mercadoria, nos contextos das sociedades européias urbanas. Em síntese, Lavina Ribeiro propõe um tratamento exclusivo para a notícia, que não negligencie o seu “valor de uso”, pela hipertrofia da análise de seu “valor de troca”. Afirma ela (1996, p. 34):

“... a informação não é apenas um recurso material produzido para o usufruto do corpo, ou seja, para a satisfação das necessidades materiais de sobrevivência. Ela, apesar de dialogar sobre estas necessidades, é, em sim, um discurso, um bem simbólico e, portanto, opera também, fundamentalmente, no plano das relações de sociabilidade, das representações e concepções de mundo do imaginário coletivo”.

Nesse período inicial, todavia, ainda prevalece uma forte visão instrumental da imprensa, que busca legitimar-se junto às esferas da produção e do comércio de mercadorias – daí porque o noticiário econômico é a sua primeira fonte de legitimação institucional.

Uma terceira e uma quarta configurações institucionais da informação serão, ainda, as esferas públicas literária e política, conforme Habermas (1961), onde Lavina Ribeiro irá localizar a base para a discussão contemporânea sobre a especificidade das instituições de comunicação nas sociedades complexas da atualidade. Ela, contudo, pontua com atenção a característica da reflexão de Jürgen Habermas, que “... opera, essencialmente, no âmbito da identificação das estruturas normativas gerais das sociedades contemporâneas” (Ribeiro, 1996, p. 40), evitando confundir o fato histórico com o referente normativo e admitindo a validade de defender um posicionamento propositivo de recuperação da normatividade fundamental da esfera pública burguesa, para ancorar o *vir a ser* do debate político e cultural contemporâneo.

Segundo Habermas, a ambivalência da existência concomitante das esferas literária e política burguesas permite ao burguês apresentar suas reivindicações de proprietário, como se fossem as do gênero humano, criando-se, então, a ficção de unicidade da esfera pública burguesa. Essa convergência dos interesses dos proprietários com os das liberdades individuais está, por exemplo, em Locke. Sua principal decorrência será a institucionalização da esfera pública dentro do próprio Estado, na forma do governo parlamentar, ocorrência que, aliada à emergência de uma imprensa pública, desencadeia, para Habermas, a “mudança estrutural da esfera pública”, que converte instituições privadas de um público em instituições públicas de grupos privados. Habermas descreve esse processo como incorporação pela esfera pública burguesa do exercício da dominação política e, por conseguinte, uma refeudalização dessa esfera, com a substituição do conceito de opinião pública pelo de representatividade. A

crescente presença do texto publicitário revela, para ele, o apagamento das fronteiras entre o público e o privado.

Lavina Ribeiro, contudo, interessa-se particularmente por um dos indicadores do declínio da esfera pública: a presença do texto publicitário no corpo das publicações, que Habermas cita para evidenciar o progressivo apagamento da distinção entre público e privado. Lavina nota que a publicidade adquire relevância pública ao se tornar uma das principais fontes de sustentação financeira da prática jornalística e que a compreensão de seu processo de legitimação deve ser localizado dentro de seu período histórico. No final do século 19, a prática jornalística adquire um vínculo institucional ambíguo, correlato ao da nova esfera pública. Por ser institucionalmente originária e específica da esfera privada, mas igualmente elevada à condição de instituição pública, conjuga os termos do direito constitucional dessa esfera aos deveres para com um público genérico.

No princípio do século 20, a imprensa adquire um novo perfil institucional, graças a uma série de fatores, entre os quais o avanço do conhecimento técnico-científico vinculado à expansão industrial; o crescimento dos centros urbanos e suas diferenciações econômicas, sociais, políticas e culturais; e a expansão do mercado de publicações. Novas especificidades estruturais inauguram a prática jornalística como um fato em si, entre as quais Lavina Ribeiro enumera (1996, p. 54) a natureza industrial do empreendimento, a racionalização e especialização de sua estrutura organizacional, a sistematização e a ampliação dos vínculos com as áreas de produção econômica e simbólica da sociedade, a fixação e expansão de sistemas de intercâmbio de informações (agências de notícias, redes de comunicação, etc.) e o aperfeiçoamento dos procedimentos de produção de textos. Tais fatores, para a autora, impedem uma interpretação instrumentalista, pois instauram uma lógica interna capaz de impor limites aos que dela pretenderem se valer como “canais” ou “meios” de suas interlocuções privadas.

O pouco que Lavina Ribeiro fala do rádio e da televisão é significativo para reforçar sua tese principal. A criação e a expansão de novas estruturas públicas de comunicação social promove alterações qualitativas e quantitativas, tanto no conceito de informação, quanto na magnitude das formas de auto-legitimação institucional dessas transformações. Dentre as alterações qualitativas ocasionadas pela difusão generalizada do rádio e, mais tarde, da televisão, Lavina Ribeiro enumera as mudanças nas condições objetivas de localização institucional e no perímetro do espaço público abstratamente imaginado; nas formas de relacionamento comercial com a esfera econômica; nas formas de controle do Estado; na estrutura organizacional interna; na abrangência territorial do discurso; na hierarquia de suas linguagens; e nos gêneros e tipos de programação, abrangendo novos conteúdos, formatos e tipos de dialogicidade pública, fundados na informação, no entretenimento, na educação e na publicidade, cuja natureza – admite Lavina Ribeiro – “... talvez já não sejam mais passíveis de absorção (...) ao campo genérico da noção de informação” (1996, p. 62).

As noções gerais apontadas por Lavina Ribeiro para indicar a conformação institucional da comunicação social, no âmbito de análise do rádio e da televisão, merecem um tratamento mais detalhado, porquanto sofreram modificações também ao longo desse século. Tais modificações situam-se, fundamentalmente, no âmbito político-econômico, na medida em que as empresas de comunicação transitaram para a formação de grandes conglomerados oligopolistas, redimensionando consideravelmente a influência estatal; e no âmbito tecnológico, pois o desenvolvimento da indústria de componentes eletrônicos provoca alterações profundas nas características intrínsecas da esfera produtiva, que encaminham hoje para modificar o próprio formato da relação pública com essas instituições.

Num estudo recente, Sérgio Capparelli *et alli* (1997) definem o que denominam os modelos fordista e pós-fordista de televisão, aplicados tais conceitos às realidades institucionais da televisão no Cone Sul, como substratos descritivos capazes de ancorar uma

interpretação histórica mínima para o entendimento dessa transição dos formatos. O modelo fordista, que para esses autores, ainda é predominante, evidencia-se pelo forte controle regulador e limitador de canais pelo Estado, a fonte de financiamento oriunda de publicidade, atividade em nível de conteúdo e não de transporte de sinais, critérios políticos na outorga de licença e legislação nacionalista para o regime de propriedade. Esse modelo foi predominante a partir da década de 1950. Já o modelo pós-fordista evidencia-se pela introdução no ciclo de acumulação flexível (Harvey, 1995), com a reestruturação do sistema de televisão a partir da década de 1970, a fim de alinhar-se, segundo Capparelli *et alli* (1997, p. 1), “... com a ideologia neoliberal dentro da economia”. Esse modelo caracteriza-se pela redução da presença do Estado, que tende a ser regulador, e não operador; o surgimento da TV por assinatura; a segmentação do público via aumento na oferta de canais; a formação de conglomerados¹⁰; o financiamento através de mensalidades e consumo medido, em complemento às receitas publicitárias; a concessão de canais por critérios econômicos; a diluição de fronteiras, enfraquecendo o nacionalismo na programação, a qual passa a tender para a internacionalização; e a convergência de interesses e técnicas entre a TV e as telecomunicações.

No Brasil, o modelo fordista ainda é hegemônico, embora algumas evidências do modelo pós-fordistas estejam surgindo. No plano da legislação, Capparelli *et alli* (1997) enfatizam que “o Brasil possui uma das mais modernas leis de cabodifusão”, sancionada em janeiro de 1995, possibilidade essa obtida por “... influência vital de um órgão não governamental chamado Fórum pela Democratização da Comunicação (...) ... responsável por

¹⁰ A formação de conglomerados é uma tendência global, já observada por diversos autores. No âmbito da imprensa, Bagdikian (1990) denuncia o que chama “degradação da mídia” nos Estados Unidos, onde “os radioteledifusores gozam de um ‘monopólio natural’” (Bagdikian, 1990, p. 34) pela limitação de frequências e a proteção governamental contra a concorrência, criando com isso um “semi-monopólio” de alta lucratividade. Segundo esse autor (p. 24), em 1981, vinte corporações controlavam a maior parte das 11 mil revistas do país, mas sete anos depois, apenas três corporações dominavam mais da metade dessas publicações. Além disso, 14 companhias possuem mais da metade dos jornais diários, seis a publicação de livros e quatro a produção de

chamar a atenção para a necessidade de uma Lei específica e detalhada para o serviço de televisão a cabo”. Esses autores citam também a inclusão, na lei, deste serviço à “interação necessária à escolha de programação e outras aplicações pertinentes ao serviço, cujas condições serão definidas por Regulamento do Poder Executivo”, como a abertura para as novas tendências da televisão pós-fordista, caracterizada pelo recuo do Estado, enquanto operador de serviços de telecomunicações e comunicação e a transferência dessa tarefa para a iniciativa privada. Já em 1995, Murilo Ramos notava que a moderna infra-estrutura de redes digitais de banda larga estava em curso de implantação, tanto pelo Sistema Telebrás, quanto pelo empresariado, dentro de um quadro de “indefinição governamental” (Ramos, 1995, p. 10). A validade dessa denúncia persiste. Marcos Dantas, num ensaio sobre as telecomunicações brasileiras, também acusa o governo, embora não fale de indefinição, e sim em competência. Ele afirma que (Dantas, 1996, p. 121)

“ao contrário do que prometeu ao tomar posse, o governo Fernando Henrique Cardoso está reproduzindo, no Brasil, o modelo adotado na Argentina e em outros países latino-americanos, obviamente adaptando-o às características locais de um país continental e marcado por fortes desigualdades sociais e regionais. O governo está tão somente gerenciando – com notável competência – o ajustamento de uma sociedade subinformada à lógica do capital, pendurando a sociedade nas redes corporativas globais”.

A formação de conglomerados, ao menos em televisão, não é uma novidade no Brasil. É interessante observar como para história da televisão no Brasil, a Rede Globo assume a importância de autêntico quadro referencial. É o que ocorre, por exemplo, com o recente estudo de Dulce Cruz sobre a Rede Brasil Sul (RBS). Ao relatar um breve histórico da televisão brasileira, fundamentada nos autores mais festejados, ela indica (Cruz, 1996, p. 25 e

seg.) três momentos ou fases desse processo: antes da inauguração da Globo (1950-1964); um período de transição, anterior à formação da rede, pela Globo (1964-1969); e, enfim, a formação da Rede Globo e sua expansão pelas afiliadas. A esta terceira fase, ela denomina “fase do oligopólio”, iniciada na década de 1970. Ao que parece, essa formação oligopolística tende a prosseguir no âmbito da TV por assinatura, em especial no recente desenvolvimento da TV a cabo. As principais empresas de TV a cabo no Brasil prosseguem esse quadro, tendo como maior controlador o Grupo Roberto Marinho, que, em 1995, se associou ao mega-empresário das comunicações Rupert Murdoch (Ramos e Martins, 1995, p. 16).

6.2 As novas tecnologias e a “globalização informativa”

Denota-se, no processo das transformações estruturais do perfil institucional das comunicações, o crescente papel das novas tecnologias. No que tange ao que Murilo Ramos (1995) denomina a “globalização informativa”, observada pelo prisma do desenvolvimento técnico, evidencia-se, a partir da década de 1970, o surgimento da digitalização dos sinais e as redes digitais de banda larga ou as “infovias”, que propiciam o fenômeno da convergência entre as instituições de comunicação social e a infra-estrutura e os serviços de telecomunicações. Esse fenômeno de ordem tecnológica de modo algum pode ser depreciado, até por suas consequências políticas, econômicas e sociais. As redes digitais de banda larga são a combinação do avanço no desenvolvimento dos meios físicos de transporte de sinais, como os cabos óticos, com a tecnologia digital, de otimização da qualidade de transmissão, tanto pelo controle de ruídos e correção de erros de sinal, quanto pelo processamento do sinal por computador. Tal tecnologia possibilita o alargamento da banda de frequência, isto é, um

totaliza trinta”.

grande aumento na possibilidade de aproveitamento dos cabos e do espectro radioelétrico, viabilizando, assim, principalmente, a multiplicação dos canais, a interatividade e a alta definição das imagens transmitidas.

A estreita ligação do desenvolvimento do rádio e da televisão com o avanço tecnológico não é uma novidade. Pode-se, mesmo, afirmar que uma parte significativa da responsabilidade pela sobrevivência do rádio, após o surgimento da televisão, se deve a duas invenções extremamente importantes: o disco de microsulcos e o transistor, que possibilitaram, respectivamente, que as emissoras suportassem a fuga maciça de receitas publicitárias pela criação do rádio “vitrolão”, que criou uma enorme dependência do veículo em relação à indústria discográfica, e viabilizaram a substituição de aparelhos na sala de jantar, pois a miniaturização do receptor radiofônico permitiu sua migração para os demais aposentos da casa, para os veículos e os estádios de futebol, alterando significativamente os procedimentos de audição e a relação do ouvinte com as emissoras, mas garantindo a sobrevivência do meio, embora dentro de taxas absolutas de audiência e faturamento que jamais se recuperaram. Aliás, o desenvolvimento da digitalização igualmente ocasiona transformações no rádio, na medida em que permite a essa mídia se beneficiar dos novos corredores de transmissão de sinal, como os satélites de comunicações e a Internet.

A emergência e a sofisticação do desenvolvimento tecnológico permitem dizer que ocorre na atualidade uma inversão da característica que marcou a formação da esfera pública burguesa. Se a formação institucional da imprensa nos primeiros tempos se deu a partir dos corredores das mercadorias, na contemporaneidade são os corredores de comunicações que passam a fundamentar a expansão capitalista, que, hoje, se dá principalmente pela via do capitalismo financeiro. Em outras palavras, as novas tecnologias das comunicações constituem-se como uma das materialidades da globalização, isto é, a própria mundialização da economia, ao mesmo tempo que estruturante, é estruturada pelas possibilidades surgidas na

emergência das novas tecnologias das comunicações. Tal materialidade se desdobra, a nosso ver, em quatro sentidos ou qualidades específicas das novas tecnologias das comunicações: acessibilidade, disponibilidade, reticularidade e pulverização. A *acessibilidade* diz respeito às condições sociais e técnicas de facilitação do contato das possibilidades oferecidas por essas tecnologias com os diversos usuários, individuais e coletivos, como no desenvolvimento de softwares e interfaces amigáveis ou voltados para o usuário, na informática, dispensando os conhecimentos especializados; a *disponibilidade* se dá pela ampliação do acesso/uso das novas tecnologias, a partir da multiplicação dos canais propiciada pelo alargamento das bandas de frequência e pela digitalização do sinal, bem como pela informatização dos processos produtivos; a *reticularidade* se especifica na formação de redes não obrigatoriamente centralizadas (relativização da importância dos *mainframes* e das “cabeças de rede”), devido ao alargamento das possibilidades de feed-back e interação com os usuários ou destes entre si; e, por fim, a *pulverização*, ou a fragmentação das possibilidades ideológicas e discursivas, isto é, de conteúdos e processos, propiciadas pelo desenvolvimento dessas tecnologias, alterando a dinâmica das relações sócio-culturais vinculadas aos ecossistemas tecnológicos.

Tais qualidades específicas das novas tecnologias das comunicações podem ser, de forma relativa, apropriadas a processos sociais mais gerais da contemporaneidade. Como afirma Marcos Dantas (1996, p. 15), “... o simples ato de sacar dinheiro em banco num caixa automático é um *fato de telecomunicação*” (grifo dele), o que dá uma idéia da importância que têm adquirido as chamadas “infovias”, altamente pulverizadas e reticularizadas, e cujas acessibilidade e disponibilidade precisam ser tematizadas para a viabilização de uma proposta efetivamente democrática para o país, dentro do contexto da globalização. O fato é que a modernidade e, por conseguinte, seu contraponto reflexivo, a transição pós-moderna, no processo globalizante, complexo e contraditório, trabalha criando uma sociedade

comunicacional, cujas qualidades específicas se ligam de forma indissociável às condições de possibilidade não apenas da racionalidade estratégico-instrumental do sistema capitalista, mas também às pretensões de validade das interações comunicativas, o que aponta para a constituição de novas e múltiplas esferas públicas, cujo grau de colonização ou de autonomia ainda estão por ser estudados, mas que, no âmbito específico do estudo dos eventos programáticos, indicam duas macro-tendências fundamentais e algumas hipóteses para a construção de um projeto democrático-comunicativo de abrangência ampliada, isto é, de alcance mais amplo do que o situado nos campos da economia e da política, ao incluir também as discussões e possibilidades culturais do mundo da vida.

7. A dialética da globalização nas comunicações: homogeneizações *versus* heterogeneidades

Esses aspectos da materialidade específica das novas tecnologias das comunicações se estruturam dentro da tensão entre homogeneizações e heterogeneidades no processo globalizante, ou seja, no processamento dos riscos e conflitos potenciais entre localidade e globalidade, operacionalizados por duas mediações fundamentais: a *interatividade* e a *segmentação*, a primeira orientada para a heterogeneidade e a segunda, para a homogeneidade. Isso porque a segmentação presume a hegemonia de um modo de comunicação monológica, relacionando-se, pois não a um estado, mas a um movimento, o de homogeneização, característico, ainda, de uma reticularidade centralizada, embora apenas relativamente, já que a homogeneização segmentadora se institui de forma múltipla, a partir de critérios de generalização que se especificam em formatos e características específicos, recortando artificialmente a realidade social. Ao passo que a interatividade subentende a presença constante e constitutiva da heterogeneidade social, conformando-se a um modo dialógico e plural de comunicação, pela descentralização do sistema reticular e pela radicalização de sua pulverização, restando ao pesquisador a indagação pela acessibilidade e a disponibilidade de tais condições tendenciais, a fim de avaliar a qualidade democrática das esferas públicas vinculadas a tais ecossistemas.

Ambas estas categorias são ainda vinculadas à materialidade histórica dos processos comunicativos no capitalismo moderno: a segmentação pode ser vista dentro da processualidade da autonomização do saber positivista que determinou o surgimento das especializações, e a interatividade remete à emergência recente das novas tecnologias das

comunicações. Tais categorias, contudo, não são estanques: são processuais, históricas e interdependentes.

7.1 Globalização e segmentação nas programações de rádio e tv

As instituições de comunicação social, ainda que detentoras de uma lógica intrínseca e de uma racionalidade própria, não realizam a autonomização completa da modernidade, isto é, a condição de subsistema social não explica inteiramente o seu funcionamento. São, portanto, constituídas e constituidoras de esferas públicas, realizam a conexão entre mundo da vida e sistema, mantendo uma característica fundamental que é a de não desencadearem a completa colonização da esfera do cotidiano.

É dentro desse prisma que se insere a nossa visão do processo de segmentação programática como negociação de sentidos entre as heterogeneidades e homogeneidades, na globalização. No âmbito específico das programações, a homogeneização é o movimento da rede, visando criar soluções globais e sistêmicas para problemas instrumentais, como a viabilização econômica do meios pela captação publicitária da chamada “mídia nacional”. A heterogeneidade é, contudo, a realidade da sociedade, seja porque implica o contexto de um cotidiano que jamais se deixa colonizar inteiramente, seja porque, também, outros movimentos globalizantes disputam sentido nos mesmos espaços geográficos, condicionando processos de escolhas cada vez mais complexos, havendo a possibilidade igualmente complexa de um movimento globalizante poder estabelecer uma contradição com outro movimento globalizante, na esfera local, produzindo assim uma heterogeneidade em grande parte originada pela própria globalização. É o caso, por exemplo, das diferenças dos estilos

musicais ao funcionarem como diferenciais de especialização das programações, ou da disputa de sentido entre o jornalismo e outras formas de expressão, ou, ainda, da concorrência entre emissoras num mesmo espaço ou segmento social.

O viés segmentador é também uma característica específica e histórica do processo de autonomização da modernidade. Um modo mediático de se estabelecer a especialização cognitiva que é parte do processo de autonomização do conhecimento na modernidade, e que, no entanto, se configura como hegemônico, não necessariamente pela desqualificação dos outros saberes ou formatos, mas por operar de maneira fragmentária e, por isso, estabelecer uma lógica de convivência com as demais segmentações. O esforço segmentador aparece então como uma negociação de sentidos, uma busca por homogeneizar a partir da limitação de conteúdos e/ou formatos; uma renúncia do emissor a conteúdos e formatos explícitos e diversificados, em função das heterogeneidades presentes na recepção; uma simplificação, objetivando demarcar territorialidades verticais, através das quais se desenvolve a homogeneização possível, a globalização negociada e fragmentada. Trata-se, pois, do reconhecimento implícito da heterogeneidade da própria globalização. Ao se apresentar como fragmento, a programação pressupõe a existência de domínios de complementaridades que serão justapostos pelo próprio receptor e que se tornarão componentes não ditos do processo de compreensão e adesão aos próprios sentidos da segmentação. A segmentação opera com o implícito, não necessariamente com a redução do mundo. No rádio, conta com o mundo em volta. Na TV a cabo, com a existência e a complementaridade de sentido dos demais canais. É assim que se instaura, por exemplo, a desistência da grande audiência, o relativo abandono do mito do primeiro lugar, incluindo na rede de possibilidades a preferência explícita pela garantia do lugar segmentado, pela audiência seletiva, em nome da qual se busca operar uma diferenciação significativa em relação à concorrência, capaz de gerar preferências e fidelidades por parte dos públicos conectados, modificando, inclusive, a retórica das vendas,

do “primeiro lugar de audiência” para o “primeiro lugar no segmento”. A quantidade se torna uma qualidade a mais, dentre as possíveis, nos efeitos de sentido das políticas de programação.

A segmentação mostra, portanto, uma face de Juno, dialética, em que o global comparece no local, através da homogeneização programática, e, em contrapartida, o local comparece no global, tanto pelas características específicas através das quais ocorre a identificação com conteúdos e formatos, quanto pelos silêncios e não-ditos operados pelo reducionismo de sentidos, implícito na opção segmentadora, que permite a convivência com as heterogeneidades. A segmentação adentra o espaço social, portanto, em claro funcionamento de mediação de sentidos locais e globais, operando a homogeneização possível ao instaurar a admissão das heterogeneidades existentes.

O sentido de “veiculação local”, dentro desse contexto de análise, passa a considerar as categorias de verticalidade e horizontalidade, diferentemente do que tem sido feito até hoje, em que apenas o plano das horizontalidades é considerado. Há o local da comunidade, da proximidade física, estabelecido nas conexões de espacialidade física do entorno das emissoras e definido pelos conceitos de potência e abrangência do sinal emitido; e há o local da verticalidade, da construção dos sentidos globais que se localizam, determinado por vínculos culturais fragmentários e construído pela negociação que se instaura na segmentação e na especialização de conteúdos e formatos.

O marketing trabalha com duas estratégias básicas de segmentação: a segmentação orientada para o produto e a orientada para o mercado ou o usuário. Os modelos considerados mais avançados trabalham voltados para o cliente e não para o produto, podendo-se dizer, portanto, que, historicamente, houve uma movimentação de um para outro modelo (Berrigan e Finkbeiner, 1992). A segmentação por cliente é extremamente diversificada e considera diversas variáveis, desde as sócio-demográficas até de outros tipos diversos. A aplicação

desses conceitos de segmentação às programações de rádio e TV podem ser operadas, levando-se em conta que, na radiodifusão, os dois tipos de segmentação se misturam, sem deixar entrever um compasso evolutivo, como ocorre no modelo de marketing. Diríamos que, no campo da radiodifusão, como afirma Dominique Wolton (1990, p. 103 e seg.), a respeito da TV, há a emissora geralista (não segmentada) e a fragmentada (segmentada). Para Wolton, a transposição da TV generalista para a segmentada constitui uma redução de sentidos. Este autor opera um juízo de valor que deprecia esse modelo de televisão, objetando que a compressão de conteúdos reduz o valor da televisão como janela de informações para o mundo. A escolha radical levaria o telespectador a identificar a TV apenas pelo mesmo, e negar a possibilidade da diferença. O ponto de vista de Wolton resulta demasiado simplista e precisaria ser confirmado por pesquisas de recepção, sendo talvez essa uma importante falha metodológica em sua obra. Além disso, muitas de suas conclusões devem ser analisadas levando-se em conta as especificidades da história da TV na França.

Um autor que se opõe frontalmente a esse posicionamento de Dominique Wolton é Nelson Hoineff (1996), para quem a “velha televisão”, caracterizada pela programação geralista em poucos canais, morreu por conta da revolução tecnológica e dos processos de digitalização, e, em seu lugar, surge uma “nova televisão”, segmentada, temática e marcada pela multiplicidade de escolhas. Trata-se, portanto, em sua visão, da transição de uma televisão massificante na ideologia e genérica no conteúdo para uma televisão desmassificada e temática. Hoineff critica a TV genérica, que, segundo ele (1993, p. 16) “... tenta falar de tudo para todos e acaba não falando nada importante para ninguém”, e defende a televisão temática, pois, para ele (idem, *ibidem*), a possibilidade de segmentação podem tornar os múltiplos canais “... tão pluralistas e complexos quanto a sociedade na qual [a televisão] está inserida”. Com isso, imagina Hoineff (1993, p. 18), “o veículo não mais organizará o tempo

do público, mas será organizado por ele. (...) Em consequência, a televisão não mais se organizará por redes, mas pela oferta de programas”.

O debate sobre TV temática e TV genérica não passa despercebido pelos homens de televisão ligados ao formato – que se mantém – da TV aberta, mas estes são quase unânimes em declarar que, pelo menos até agora, as programações de TV a cabo e as demais TVs por assinatura ainda não afetaram significativamente a audiência hegemônica das TVs abertas. João Brás, diretor de Programação da TV Anhanguera; Milise Valeri, diretora da Central Globo de Afiliadas e Expansão (CGAE); Francisco Carlos de Almeida, da gerência de programação da Rede Record, em São Paulo; e Lourenço Tomazetti, diretor de Programação da TV Brasil Central de Goiânia declararam não estar preocupados com a emergência da TV a cabo, até porque, as operadoras são obrigadas a incluir, no cardápio, os sinais das TVs abertas, e, como afirma com razão Murilo Ramos (1995, p. 17), há um enorme déficit de conteúdos nesse sistema:

“Em verdade, o grande desafio posto hoje diante da cidadania, em primeira instância, e das autoridades responsáveis por políticas públicas de comunicações, é o desafio, não da técnica – como, aliás, nunca foi –, mas dos conteúdos, nesse contexto dinâmico e complexo que hoje põe mundialmente em cheque a relação cultura/nacionalidade”.

Uma das figuras centrais da televisão brasileira, contudo, parece discordar dessa tranquilidade na permanência das televisões abertas: José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o *Boni*. Para ele (Veja, 1997), a fragmentação – que ele prefere chamar de *pulverização* – da televisão, propiciada pelo desenvolvimento tecnológico e a emergência das TVs por assinatura, deve extinguir o poder das grandes programações nacionais, permitindo, segundo

ele, “... que se arrisque mais, que se façam canais e programas experimentais”. Boni, no entanto, considera que o problema das TVs por assinatura é o excesso (Veja, 1997, p. 10):

“Para preencher todos os canais, elas transmitem programas de auditório cucarachos, noticiários em alemão. (...) Não adianta ter acesso a 500 canais se só meia dúzia deles é razoável. Esse é um tremendo desafio, um problema aparentemente insolúvel, por causa do tempo (...). Mesmo que no mercado existam idéias, mesmo que exista talento, mesmo que haja dinheiro, e é preciso muito dinheiro, há algo que não se obtém no mercado: tempo para fazer as coisas”.

É por essa razão que Boni opina que a multiplicidade dos canais tanto pode significar um enriquecimento, quanto um “emburrecimento” cultural: “Como abala a hegemonia das grandes empresas, a pulverização pode democratizar a televisão. Mas pode levar também ao efeito contrário: a irrelevância” (idem, ibidem).

A questão da segmentação, portanto, de um ponto de vista das previsões para o futuro da televisão no Brasil, ainda está irresolvida. Observa-se, contudo, que na radiofonia, especialmente nas faixas em FM, existe uma clara tendência à realização de diferentes formas de segmentação, se nos ativermos às noções advindas do marketing.

É difícil operar uma diferença nítida entre a segmentação por produto e a por cliente, para as políticas de programação de rádio e TV, embora, em nosso caso, possamos determinar (1) a *especialização* como sendo a segmentação do produto, que se faz pela homogeneização de conteúdos e/ou formatos, e (2) a *segmentação* propriamente dita, que pode ou não diversificar formatos e conteúdos, mas os direciona para públicos específicos. Embora especialização e segmentação possam estar presentes na mesma política de programação, um desses movimentos não implica necessariamente o outro. MTV e Cartoon Network, nos sistemas de TV a Cabo, por exemplo, são modelos típicos de especializações que decorrem em alta segmentação. A especialização por formato, sem uma grande especialização de

conteúdos, como a rádio CBN, fornece modelo de um grau médio de segmentação de público¹¹. As emissoras de rádio generalistas costumam ser altamente musicais, o que indica um grau significativo de especialização sem a presença muito explícita de uma intencionalidade segmentadora.

No desenvolvimento de políticas de programação especializadas e segmentadas, os estereótipos funcionam de maneira pronunciada. Tais construções de sentido aparecem nas figurações prévias dos “públicos-alvos imaginados” (Wolf, 1985) pelos agentes programáticos situados no espaço da produção e nas simplificações classificatórias operadas pelas pesquisas de opinião. No primeiro caso, podemos citar os estudos sobre a assimetria de papéis comunicativos dos modelos semiótico-textuais, que concluem que o emissor antecipa a compreensão do receptor, resultando que a codificação acaba influenciada pelas condições da decodificação, isto é, pelas conjecturas feitas pelos emissores a respeito dos acontecimentos, capacidades e o estatuto de seus destinatários (Wolf, 1985, p. 114). Também nesta linha, seguem as análises sobre a sociologia do *news-making*, que informam a imagem que os jornalistas têm do público, e concluem que os tais profissionais raramente conhecem as características da audiência “e pouco desejam fazê-lo” (Wolf, 1985, p. 189). Os procedimentos tradicionais para enfrentar esse espaço de ignorância, em relação ao público, são as pesquisas de mercado e opinião, cuja crítica já tem sido feita por diversos autores.

7.2 Globalização e interatividade nas programações de rádio e televisão

A adoção do conceito de mediação, como relativo à garantia de significados na interação entre processos de produção e apropriação dos bens culturais, embora não admita

¹¹ Segundo conclui o próprio Fábio Roriz, diretor do Sistema de Rádio da Organização Jaime Câmara, em 158

uma perspectiva instrumental para a comunicação, subsume a apreensão da recepção como valor e competência, isto é, a admissão do receptor como agente social, como sujeito ativo do processo de comunicação. Aplicado, contudo, ao objeto empírico, a programação de rádio e TV, identificamos esse agente dentro do processo comunicativo como receptor *ativo*, mas nem sempre *atuante* — e, aí, admitimos algumas das críticas feitas por Martin-Barbero (1991, p. 54-55) e Mauro Porto (1995, p. 125), quanto às duas tentações propiciadas pelos estudos de recepção: o risco do idealismo de observar o leitor de modo voluntarista (receptor que faz o que quiser), deixando de perceber os seus limites, e o perigo de desligar o estudo da recepção dos processos de produção.

A percepção das operações mediadoras de interatividade e segmentação se vincula a essa apreensão do receptor ativo, embora nem sempre atuante, vez que a interatividade expressa, de certa forma, o movimento do receptor para o emissor, e a segmentação, do emissor para o receptor. Do ponto de vista de um modelo de ação do receptor, pode-se supor ainda que a segmentação constitui ação negociada do receptor sobre o sentido, e a interatividade, essa mesma ação sobre o processo da comunicação. Em ambos os casos, partimos do pressuposto de uma recepção ativa, embora ambas traduzam tipos de atuação diferenciados, sendo a primeira vinculada ao entendimento e ao significado, dotada de uma característica predominantemente semântica; e a segunda, vinculada à escolha e ao modo de interação, de natureza predominantemente pragmática, por parte do receptor. A contradição de um receptor ativo, porém não atuante, é apenas aparente. O fato de se conceber um receptor não-passivo, não precisa significar obrigatoriamente que ele seja atuante, no sentido de agir materialmente sobre a programação. O sentido de participação é ampliado por Habermas (1980, p. 44), para quem “... ‘compreender o que é dito’ exige a *participação* e não

a mera *observação*”¹². Ora, o sujeito receptor constrói sentido a partir de seus referenciais históricos e culturais, ou seja, as peculiaridades do mundo da vida do público determinam limites e condições para a apropriação dos sentidos hegemônicos veiculados pelos *media* e isso o distingue como sujeito ativo, embora, para não desligarmos nosso estudo dos processos produtivos, possamos não reconhecê-lo como atuante.

¹² Habermas faz essa afirmação no contexto de uma discussão epistemológica das ciências, fazendo uma distinção entre a atitude objetivante e a atitude performativa no discurso científico. Não vimos problema em incluir nesse âmbito o sentido performático da compreensão dentro do processo comunicativo.

PARTE IV

A INTERSUBJETIVIDADE DAS PROGRAMAÇÕES

8. Grades como faixas de controle

Já foi dito neste trabalho que a validade do conceito de grade não é o seu caráter hipoteticamente definidor de programação, mas seu caráter de funcionalidade nos movimentos instrumentais da administração das emissoras. Por isso, trabalhou-se dentro de uma delimitação metafórica: a de *grades de programação como faixas de controle dos sentidos dos eventos programáticos*. Por tal razão, neste capítulo, apenas apresentamos as grades cujas programações foram objeto desta Dissertação, preparando para a análise das relações intersubjetivas e dos elementos componentes do funcionamento programático das emissoras que as veiculam.

A delimitação metafórica da *faixa* pretende sobretudo afirmar a instabilidade e os limites dos aparelhos controladores, a níveis específicos de relevância, permitindo situações de liberdade e escolha, ou, mesmo, de presença de outros agentes, além desses limites. Outra consideração possível, com o uso dessa metáfora, é o de que as limitações impostas pelas direções jamais são capazes de abranger todo e qualquer sentido, deixando aos demais agentes a vinculação de diversas possibilidades, desde que transitem dentro da zona considerada pela faixa. Assim, o estudo das grades programáticas chama a atenção sobretudo para os aspectos normativos das relações entre os agentes, para a constituição processual do evento programático. As grades, portanto, não sendo as próprias programações, constituem um importante referencial para se perceber o conjunto das regras pelas quais se delineia os perfis e as tendências dentro das quais se situarão, na medida do possível, os eventos programáticos.

Na condição de instrumentos auxiliares da normatividade das programações, esta pesquisa percebeu a existência de algumas normas gerais, mais ou menos válidas para todas ou quase todas as emissoras, e normas específicas, isto é, que funcionam no contexto de certas

programações ou emissoras. Entre as normas gerais, válidas para toda a programação, é notória sobretudo a delimitação pretendida pelo agente elaborador da grade entre inserções tipificadas (com a da publicidade e de duração e blocação de programas) e o loteamento de estilos e de participação dos diferentes agentes realizadores (local e rede, por exemplo). Entre as normas específicas ou conjunturais, observam-se contratos de terceirização de programas, os planos de mídia, a inserção de músicos regionais desconhecidos.

As grades, sobre cujas programações esta pesquisa se deteve estão contidas no Anexo I, ao final desta Dissertação.

9. A instrumentalização das relações profissionais

A Organização Jaime Câmara vive um momento histórico de enorme importância para seu destino como empresa: a transição do predomínio de um modelo baseado em relações estratégicas, para outro, fundado em relações instrumentais. Em outras palavras, e aproveitando trabalhos já desenvolvidos sobre o assunto, no âmbito das relações trabalhistas na indústria brasileira, de Fernando Henrique Cardoso, e, recentemente, citados por Renato Ortiz (1988) em relação à televisão, e Nélia Del Bianco (1996) para explicar a radiofonia, podemos afirmar que, naquela empresa, altera-se significativamente a administração de um modo *capitão de indústria* para um modo *manager*. Explica Ortiz (1988, p. 57) que

“o primeiro tipo é marcado mais pela usura do que pela exploração metódica e racional da força de trabalho. Ele caracteriza o empresário pioneiro, que ‘tira dinheiro de pedra’, mas que atua mais na base do empirismo, utilizando procedimentos tipicamente aventureiros, que normalmente desembocam em práticas de manobra de mercado. (...) A contrapartida a esse tipo de mentalidade pode ser encontrada nos homens de empresa; neste caso temos indivíduos preocupados com a reorganização técnica e administrativa dos empreendimentos e com o aumento de sua eficácia”.

Em seu recente estudo sobre a evolução da radiofonia, Nélia Del Bianco (1996) sugere que o movimento de profissionalização nas empresas de comunicação social não é recente no Brasil, podendo ser datado no início do século, com a superação dos modelos educativo, de Roquete Pinto, e associativo, das rádios clubes, pela introdução da publicidade, que possibilitou a estruturação do rádio como empresa. As características apontadas por Del Bianco para esse quadro são a contratação de *casts* de funcionários fixos e remunerados, o fim

da improvisação e o desenvolvimento de uma programação com horários fixos. A transposição do *capitão de indústria* para o *manager*, no rádio, acontece a partir da perda de prestígio do meio, com o surgimento da televisão, e da exploração da FM, da década de 70 para cá.

Na Organização Jaime Câmara, o papel de “capitão de indústria” fora desempenhado sem dúvida pelo “velho” Jaime Câmara, jornalista e político ligado às forças de direita no Estado, que estruturou a organização a partir de um forte vínculo com os governadores durante o regime militar e manteve, enquanto viveu, um sistema pelo qual sua empresa tinha muitas semelhanças com o funcionamento das repartições públicas, dada a estabilidade de emprego (de certa forma existente até hoje) e a forma de contratação, que se integrava com as relações de parentesco, típicas dos sistemas de compadrio de uma sociedade tradicionalmente patriarcal, como é a goiana. A morte do “velho” Jaime e a assunção da presidência por um dos filhos (nos últimos anos de vida do pai, os “irmãos Câmara” já administravam de fato a empresa) trouxe para a Organização uma nova mentalidade, sendo possível dizer que a figura do *manager* é atualmente assumida por Jaime Câmara Júnior. A partir de sua administração, a empresa passou a reduzir sistematicamente a presença do antigo sistema, adotando o sentido de “profissionalização”, abertamente admitido pelos funcionários mais antigos, que vivenciaram esses dois momentos. Até que ponto o novo administrador incorpora a figura do *manager*, na conceituação de Fernando Henrique Cardoso, é ponto que pode ser discutível, pois ainda se trata de uma administração familiar, embora incorpore com muita clareza os sinais desses “novos tempos”.

Assim, nas redações da CBN e da TV Anhanguera, a preferência tem sido, nos últimos anos, pela contratação de recém-formados, inclusive a partir de estágios de estudantes da

Universidade Federal de Goiás. Segundo uma profissional da empresa¹³, “... isso é coisa do pessoal do Recursos Humanos [Departamento de Recursos Humanos]. Para eles é preferível contratar alguém que não sabe nada, e que pode e quer aprender, do que contratar alguém competente, mas que pode criar problemas depois”. Essa não deixa de ser uma influência do tradicionalismo, que ainda existe na Organização, pois a maioria dos diretores são “velhos de casa”, formados na “escola da prática”, dentro da cultura da empresa, conforme declarou essa informante. Uma das verificações objetivas desse movimento é o fato de que, desde 1994, quando foi firmado o convênio para o estágio de alunos do Curso de Rádio e Televisão da UFG na Organização Jaime Câmara, nenhum dos estudantes que viveram a experiência de estagiar em uma ou mais das emissoras deixou de ser contratado, após o fim do período, a maioria deles antes mesmo de finalizarem o curso de graduação.

Em outras emissoras, esse movimento não é sentido, ou, no mínimo, não é tão expressivo. A TV Brasil Central, por ser uma empresa estatal, conserva sua ambigüidade de ser, ao mesmo tempo, uma emissora comercial, faturando publicidade, e uma emissora pública, isto é, com a manutenção de funcionários bastante estáveis (embora os padrões de contratação da TBC admitam uma boa quantidade de “contratos pró-labore”, pelos quais o profissional recebe salários como se fora uma “empresa” prestadora de serviços, sem garantias de estabilidade, nem de direitos trabalhistas). A verdade é que a contratação política (o famoso “QI”, significando “quem indica” para o cargo) ainda é inteiramente possível dentro da estrutura do Cerne, apesar de o discurso dos dirigentes ser insistente nos “critérios técnicos”. Duas contratações extremamente significativas até para a audiência de uma das emissoras de rádio desse complexo, as de Jorge Kajuru e Sandes Júnior, foram claramente motivadas por relações no âmbito da política. Jorge Kajuru, o mais bem sucedido cronista esportivo de Goiás, é tido e havido como “amigo pessoal” do governador Maguito Vilela,

¹³ Diversos entrevistados e informantes desta pesquisa solicitaram anonimato, razão pela qual seus nomes não

conhecido aficcionado pelo futebol goiano. E Sandes Júnior, um radialista de alta popularidade da antiga Rádio Anhanguera, elegeu-se deputado estadual e é vinculado ao PFL, um dos partidos de sustentação do governo estadual. Kajuru deixou a Rádio Difusora (vinculada à Igreja Católica) e levou sua equipe e a audiência esportiva para a Rádio Brasil Central, logo no início do governo Maguito Vilela. O desentendimento que teve com a Rede Bandeirantes, em relação a transmissões de jogos goianos em horários reservados por ela a outras partidas, teria sido, conforme muitas versões, um dos principais motivos para que a TBC alterasse sua filiação para a TV Cultura. O fato aparentemente contraditório a essa versão é que, atualmente, Jorge Kajuru começa a se vincular à TV Goiânia, a atual repetidora da Bandeirantes em Goiânia. E Sandes Júnior, por sua vez, deixou a emissora da Organização Jaime Câmara devido à vinculação à Rede CBN, incompatível com o estilo musical-popular que lhe deu notoriedade. A sua ida para a emissora do governo estadual dificilmente pode ser desvinculada de sua situação política.

Aparentemente, nos ambientes onde a lógica estratégica tende a se tornar hegemônica, esta conflita com a lógica instrumental. São diferentes racionalidades, a primeira baseada na mediação do poder, e a segunda, na da técnica. São dois tipos diferentes de racionalidade heterônoma, ambas vinculadas à subjugação do outro, dentro de uma perspectiva monológica de ação social. Observa-se esse conflito com certa nitidez nas emissoras evangélicas pesquisadas, a TV Record e a Rádio Aliança. A primeira, na ambigüidade quase sempre contraditória de uma lógica profissional voltada para alcançar parcelas de audiência e, para isso, fazendo uso de programas apelativos e seguramente anti-éticos, em contraste com uma lógica estratégica moralista contida nos discursos da Igreja Universal do Reino de Deus. Tanto na cabeça de rede, em São Paulo, quanto na retransmissora em Goiânia, obtivemos declarações de que ambos os sentidos não se imiscuem na vida administrativa, justificando,

assim, o loteamento da programação, no qual o espaço da Igreja Universal é inteiramente diferenciado ao do restante da programação. Na repetidora goiana, a administração desses espaços é confiada a pessoas diferentes, permutando eles apenas os equipamentos e o serviço do pessoal técnico, em horários predeterminados. Francisco Carlos de Almeida, da Gerência de Programação da Rede, chegou a afirmar-nos que “... para você ter uma idéia, eu não tomo conhecimento do que eles [os pastores e bispos da Igreja Universal do Reino de Deus] fazem no horário deles”. Contou-nos ainda esse funcionário que essa “independência” dos conteúdos da programação profissional e da vinculada à Igreja foram ampliados com a contratação de Bóris Casoy. Entretanto, os relatos fragmentários a respeito da história recente da emissora indicam uma elevada taxa de ocupação dos cargos da televisão por membros da Igreja, fato até certo ponto alterado hoje, especialmente em relação a atividades especializadas, como é o caso do jornalismo. E pareceu nítido a quem assistiu à cobertura dada pela equipe de Bóris Casoy à vinda do Papa João Paulo II ao Brasil, que há uma manutenção de compromissos entre profissionais e membros da Igreja: a TV Record foi a única rede a não cobrir ao vivo a chegada do pontífice católico ao país, reservando-se apenas a alguns flashes e à cobertura nos jornais. Igualmente na retransmissora local, mesmo após a entrada de Bóris e às orientações claras acerca de cobertura ouvidas pela coordenação goiana do jornalismo da emissora, as famosas festas católicas de Goiás, como a peregrinação a Trindade e a procissão do fogaréu da cidade de Goiás, só serão cobertas para servir à rede, permanecendo vetada a cobertura local, devido exclusivamente ao interesse da Igreja Universal. O movimento de profissionalização, contudo, é nítido na TV Record. A direção da emissora pretende lutar pelo segundo lugar de audiência e, para isso, seus próprios diretores afirmam que buscam “credibilidade” para a programação, o que, em outras palavras, significa modificar a imagem criada no episódio da compra da rede pelo bispo Edir Macedo e confirmada posteriormente

com o estilo igrejeiro de programação, de que a TV Record é uma emissora de igreja, e, portanto, trabalha de forma tendenciosa.

Já a Rádio Aliança resolve esse problema de forma diversa: misturando os estilos, procurando tornar o comercial e o evangélico compatíveis entre si. O locutor Marcelo Albuquerque pratica um sotaque de rádio que mimetiza a emissora AM profissional, trabalhando com dicas curiosas, recados, receitas, perguntas, premiações e brincadeiras, com participação do ouvinte. A temática, contudo, é às vezes pautada em debates sociais, como o aborto ou o Movimento Sem Terra, mas sempre direcionada para o interesse do evangélico, abordando também temas como adultério e até o comportamento dos pastores diante do comportamento dos fiéis ou do enfrentamento de problemas dentro das igrejas. O sotaque, porém, é sempre o do entretenimento, parcialmente dentro da prática de rádio que Artur da Távola¹⁴ (conf. Ortriwano, 1985, p. 29-30) denominou de “alta estimulação”, cujas características principais seriam: ser mobilizador, usar estímulos sonoros permanentes, dar caráter de urgência à notícia, oferecer muito serviço e esporte, buscar proximidade da comunidade, individualizar os comunicadores, ter elenco e produtores, trabalhar com humor e descontração, personalizar o ouvinte, trabalhar com análises de audiência, estimular o sentimento de solidariedade e participação e tender à proximidade em relação à cultura brasileira popular.

A análise de Fernando Henrique Cardoso, aplicada à evolução da comunicação social por Renato Ortiz, e da radiofonia por Nélia Del Bianco, sofre a limitação de seu prisma funcionalista, pois concentra-se sobre uma mudança de papéis ou relações funcionais dos

¹⁴ A citação que fazemos da classificação de Artur da Távola não indica nossa aceitação plena de suas categorias. Muitas das características mencionadas por esse autor a um certo modo de fazer rádio (que ele denomina “tendências”) devem, em nossa opinião, ser referenciadas não numa tendência ou natureza específica do meio, mas em circunstâncias específicas de determinada organização institucional da comunicação, como a constituição de elenco e produtores e o trabalho com análises de audiência. Outras resultam em simplificações próprias da construção do conceito de indústria cultural, como por exemplo, aplicar ao rádio a caracterização de “mobilizador”, o que é, no mínimo, um exagero. O conceito behaviorista de Távola, porém, é útil para

atores patrimoniais, apontando para uma incorporação dessas funções pelo agente profissional, que passa a ser o garantidor de eficácia da estrutura de poder.

Se ficarmos dentro da perspectiva de análise desses autores, embora acrescentando uma visão mais estruturalista, talvez melhor do que Fernando Henrique Cardoso seja Kenneth Galbraith (1977) um teórico mais contextualizado desse movimento, embora seu estudo sobre o novo Estado industrial esteja voltado para a grande empresa norte-americana. Esse economista conclui que ocorreu, no capitalismo avançado, a substituição do mercado pelo planejamento das grandes empresas e do Estado, organismos estes vistos como modificadores da estrutura de poder nas organizações e na sociedade, e relacionados às alterações que o aumento da escala e a tecnologia causaram nos processos produtivos. Dentre as características apontadas por ele, para o surgimento desses conglomerados em que a própria maximização do lucro se torna secundária, substituída pela maximização do complexo de interesses da organização (que se torna um fim em si mesma, e em que o poder decisório não é mais exercido pelo capital, mas pela organização, nem pelo capitalista, mas pelo “burocrata da indústria”), está a formação de uma tecnoestrutura, que pode ser grosseiramente definida como sendo o poder decisório dos grupos de técnicos ou especialistas, dentro das corporações empresariais e do Estado.

O fato de já existirem textos sobre esse assunto parece indicar ser este um movimento que se inclui num contexto mais amplo, de instauração e consolidação do capitalismo no Brasil. Segundo o economista e professor da PUC de São Paulo, Gesner José Oliveira Filho (1997, p. 20), “a conclusão de Galbraith acerca da substituição do mercado pelo planejamento das grandes empresas e do Estado é particularmente verdadeira no Brasil”, devido aos processos de concentração e centralização do capital e à participação do Estado na

construir a imagem metaforizada da alegria e da espontaneidade aparentes de determinados formatos radiofônicos e, mesmo, de certos canais de televisão, como a MTV. Daí porque o incluímos aqui.

consolidação da indústria no país (o que pode ser estendido para as empresas de comunicação, especialmente as redes de televisão).

A interpretação que pode ser feita, a partir da perspectiva deste trabalho, é a de que, na estruturação do sistema, dentro da realidade capitalista brasileira, uma lógica estratégica modifica-se em direção ao sentido do instrumental. A figura do “capitão de indústria” corresponde, em Galbraith, à do “empresário”, que ele define como uma espécie de figura mitológica constante na ideologia dos economistas, derivada da cultura individualista, a qual tende a presumir a realização no indivíduo, mais do que no grupo (Galbraith, 1977, p. 87). Dentro da lógica estratégica, o poder individual de decisão fundamenta-se no *feeling*, ou na liderança, ou no senso de oportunidade, ou, de uma perspectiva econômica, na propriedade e no controle do capital. A figura do *manager*, porém, não basta para definir esse movimento em direção ao instrumental, ou, talvez, caracterize melhor um processo de transição para o que o economista norte-americano viu na grande empresa estadunidense: a emergência de uma *tecnoestrutura*, formada pelo corpo técnico coletivo da organização, que paulatinamente torna a decisão do *manager* uma ratificação das decisões efetivas, tomadas no âmbito de uma racionalidade técnica – a do planejamento –, que, para Galbraith, esconde um enorme e compacto quadro de poder, cuja lógica passa a ser a de preservar-se, preservando a própria autonomia. Para ele (1977, p. 94),

“... quase todos os poderes (...) são exercidos bem fundo na empresa. Não são os gerentes que decidem. O efetivo poder de decisão acha-se profundamente situado nos corpos técnicos, de planejamento e de outros elementos especializados”.

Nota-se, portanto, nas emissoras pesquisadas, que de uma forma ou de outra, a lógica da profissionalização ou da constituição de relações especialistas, mediadas pela técnica, tem se tornado uma exigência crescente, não raro discursivamente vinculada à própria sobrevivência institucional da comunicação social. Seja na Organização Jaime Câmara, onde

esse movimento é explícito e ocorre capitaneado por consultores profissionais e profissionais de recursos humanos, seja numa rádio evangélica, como a Aliança, na qual os pastores se unem a profissionais, desenvolvendo um sotaque ambíguo, temáticas como “Qualidade Total” e “Inteligência Emocional” estão na ordem do dia, revelando a natureza instrumental das relações que os agentes profissionais desenvolvem entre si e com os demais agentes. Entretanto, o que basicamente caracteriza essa instauração do relacionamento instrumentalizado – e a crueldade às vezes explícita de sua adoção – são as alterações efetivas de posicionamento que os atores profissionais adotam, a partir de movimentos nítidos das direções.

Pudemos verificar quatro indicadores claros, num seminário montado pelo Sistema de Rádio da Organização Jaime Câmara, dirigido por dois radialistas de São Paulo, César Rosa e Yves Andaku, que participam de uma empresa de consultoria específica. Tais indicadores estão ideologicamente inscritos em posturas tais como: primeiro, a adoção da mediação do dinheiro como a única justificação para a atividade de comunicação social: “Não há jornalismo sem negócio” (frase de Heródoto Barbeiro, em *Imprensa*, 1997, p. 79); “A Organização Jaime Câmara não tira dinheiro do bolso: o cliente é o nosso patrão” (declaração de um participante não identificado, durante o Seminário de Rádio). Segundo, a visão do processo global como um dado imutável e inevitável: “A globalização está aí, e não se empurra um carro para trás”. Terceiro, a afirmação de um profissional multimídia, capaz de se adaptar à tecnologia, qualquer seja ela, ocasionando com isso o fim das especializações: “Nelson Piquet foi campeão porque entendia de mecânica” (César Rosa, no Seminário de Rádio). E, por fim, quarto, a solução do conflito histórico entre o “departamento artístico” e o “departamento comercial” pela submissão ao segundo: “Não haverá mais gerente artístico, mas gerente de produtos. O pessoal do departamento artístico tem de criar produtos

vendáveis, fora do anúncio comercial” (Jonas Pires, um dos diretores do Sistema de Rádio da OJC, no Seminário de Rádio).

É evidente que esses não são os únicos sinais possíveis e nem se materializam de forma conspiratória e totalizante, mas ocorrem dentro de complexos e contraditórios processos, em que relações comunicativas ocorrem, no âmbito da estrutura, tornando suportável a vida em trabalho. Sob o manto desse discurso, ocorrem relações amorosas às vezes clandestinas, protecionismos por laços de parentesco ou vínculos inconfessos e, sobretudo, diálogos transversais nos corredores e refeitórios. Esse imiscuir do cotidiano incontrolável, no ambiente da organização, deixa entrever um meio sentido entre o afeto e a eficácia, o entendimento e o instrumental, que, de maneira dinâmica, volátil, fluida e nem sempre distinguível ou perceptível, provoca rachaduras nas estruturas de poder e faz com que as pessoas não apenas sobrevivam à lógica instrumentalizadora como, também, tornem seus efeitos possíveis, a partir da submissão calculada a seus impositivos.

10. O Estado e seus duplos

A política é a zona das relações estratégicas por excelência. E suas instituições, o lugar privilegiado de desempenho do poder de dar esse ou aquele sentido a essas relações. O posto institucional do agente político é, ao mesmo tempo, instância de desempenho e ponto de referência das situações de poder. Entretanto, não convém perceber de modo simplista essas relações. Os jogos estratégicos não se estruturam monologicamente senão em situações especialíssimas, e toda heteronomia contida nas relações de poder deve ser relativizada diante da complexidade de seus processos de estruturação, submetidas que estão a processos externos e internos de negociação e às condições materiais sob as quais se limitam, existindo sempre pontos de fuga vinculados aos fenômenos, capazes de trair a previsibilidade dos agentes, os quais acabam sempre atuando de maneira semicega, diante das oportunidades. Assim, uma visão intersubjetivista das relações de poder demanda compreender os diferentes papéis dos agentes sociais envolvidos e o peso específico de suas ações sobre os objetos de interesse, dentro das situações específicas que as condicionam e ao mesmo tempo limitam, atentando para a imprevisibilidade dos eventos que os cercam.

De certa forma, é isso o que se tenta fazer durante todo o percurso deste trabalho. Ao situar as programações como lugares de negociação de sentidos gerais das instituições de comunicação social, e ao buscar estabelecer para elas o conceito de eventos de interação entre os movimentos de poder e comunicatividade de agentes sociais definidos e a imprevisibilidade do mundo da vida, este trabalho absorve o projeto de identificação da intersubjetividade dinâmica e complexa pela qual se constituem as novas esferas públicas vinculadas à presença social das instituições de comunicação social. Dentro desse encaminhamento teórico, a proposta deste capítulo é estudar o desempenho do agente político

– aqui definido de modo específico, como o ator social situado nos espaços consagrados da política profissional, especialmente o Estado – junto ao jogo programático da comunicação social.

Diversas dificuldades se contrapuseram à realização desse intento. As mais importantes foram a exigüidade de informações históricas sobre as relações sociais e políticas da contemporaneidade de Goiás e a falta de pesquisas goianas na área de comunicação social. Ambas essas deficiências se somaram ao curto prazo de conclusão desta Dissertação, e, com certeza, fizeram com que este capítulo não possa ter uma pretensão acima do delineamento de quadros preliminares para futuras pesquisas sobre as relações entre poder e comunicação social no Estado de Goiás, cuja natureza específica está além dos objetivos deste trabalho. Por essa razão, o esforço descritivo contido neste capítulo se furta a uma análise mais profunda dos sistemas políticos estadual e municipal, herdeiros das oligarquias agrárias da primeira república e que, desde o processo de abertura política, estruturam-se em nível estadual no contexto da hegemonia populista do chamado “Grupo Íris”, liderado pelo senador e ministro Íris Rezende Machado, do qual faz parte o atual governador, Maguito Vilela, e, em Goiânia, por alguma sucessividade no poder municipal entre grupos de oposição local, à esquerda, tendo à frente o PT, e, à direita, coligações ligadas ao prefeito Nion Albernaz.

Restringir-se-á este trabalho a mencionar as diferentes formas pelas quais os governos interferem ou influenciam, direta e indiretamente, nas programações de rádio e televisão e nas instituições de comunicação social, que as estabelecem. Essa sistematização, repetimos, deverá ser vista como preliminar e, até certo ponto, hipotética, embora respaldada por constatações de fato feitas no âmbito da observação empírica. Fundamenta-se num axioma básico: o de que o aparelho estatal é zona de relações estratégicas que se estende de diversas e simultâneas formas em direção às estruturas de comunicação social. Tais formas – os *duplos* do Estado –, correspondem a relações estratégicas e instrumentais que, reunidas, situam o

papel relativo do agente político como figura precípua no jogo negociado da programação, embora nem sempre visível e, por isso, raramente seja possível situá-lo e contrapor-lhe a influência, às vezes decisiva.

Assim, enquanto entidade jurídica abstrata ou na forma da presença política concreta de seus ocupantes, na relação com as instituições de comunicação social e como agente ativo das políticas de programações, o Estado pode ser: (1) Proprietário monopolístico do espectro eletromagnético, (2) operador, (3) produtor, (4) cliente, (5) fonte privilegiada de informação, (6) poder interventor e mediador e (7) prestador de serviços. Normalmente, esses papéis – especialmente quando se conjugam ao discurso jornalístico – são superpostos, simultâneos e processuais, e quase nunca seus processos de influência direta e indireta sobre o dizer e o não dizer são formalizados ou vinculados à iniciativa dos agentes políticos, podendo, apesar disso, alguns deles, se estabelecerem no núcleo das condições de produção da informação, e estando, quase sempre, no cerne de toda e qualquer informação política. Além disso, dos sete papéis detectados, apenas dois deles (1 e 4) não se ligam diretamente aos sentidos do jornalismo, sendo o primeiro (1) relativo à esfera político-econômica e legislativa e o segundo (4) vinculado à expressão publicitária, pela qual o Estado se apresenta como instituição e fornecedor de serviços.

10.1 - O Estado é dono do “éter” ou do espectro eletromagnético.

Esta foi uma das principais mudanças nas características estruturais das instituições de comunicação social, neste século (Ribeiro, 1996, p. 61).

A história da comunicação social está ligada à história dos Estados nacionais, por conta da própria vinculação do surgimento e do desenvolvimento das tecnologias das comunicações aos interesses políticos, militares e econômicos dos Estados-nações (Dantas, 1996, p. 50). A radiodifusão surge num momento em que a esfera pública burguesa já havia feito do Estado o seu objeto de interesse (Habermas, 1961). O Estado deixa, portanto, de ser o *Leviatã*, contra o qual o público se coloca, e passa a ser, ele mesmo, o garantidor desse público. Como afirma Balle (Pierre, 1993, p. 40),

“l’Etat cesse en effect d’être le Léviathan contre lequel il faut défendre les libertés pour devenir au contraire l’agent exclusif grâce auquel les libertés seront aménagées et défendues”.

Daí, a razão das possibilidades de comunicação social se concentrarem no aparelho estatal, o qual, apesar disso, constitui-se de forma diferente nos Estados Unidos e na Europa – os famosos dois sistemas, o regime de monopólio ou unitário e o sistema misto ou pluralista, sendo o primeiro aquele em que o Estado monopoliza e explora diretamente a radiodifusão, por meio de uma empresa pública, e o segundo, o que emissoras estatais convivem com privadas, sendo estas exploradas comercialmente (Ortriwano, 1983, p. 66; Capparelli, 1982, p. 74).

No Brasil, esse segundo sistema é assumido, com fundamento na teoria da responsabilidade social. A comunicação social eletrônica no país derivou de um modelo nacionalista, com Getúlio Vargas, a um modelo privatista, sem controle público (Motter, 1993; Dantas, 1996). Vargas foi o primeiro governante brasileiro a compreender a importância política do rádio, inserindo-o no projeto nacional-populista, ou, como afirma Barbero (Haussen, 1993, p. 10): “o rádio se constituiu em chave da gestação do sentimento nacional, na tradução da idéia de nação, em sentimento e cotidianidade”.

A primeira legislação brasileira sobre o rádio foi o Decreto n. 20047, de 27 de maio de 1931, ou seja, cerca de dez anos depois do surgimento de fato da radiofonia, no Recife e no Rio de Janeiro. Esse decreto acolheu o conceito de que o espectro eletromagnético é um bem público, natural e limitado, definindo como exclusiva competência do governo federal a sua regulamentação. Em 1932, surgia o Decreto n. 21111, denominado *Regulamento para a Execução de Serviços de Rádio-comunicação*, consolidando a natureza pública da radiodifusão e fixando critérios e procedimentos para a outorga de licenças. O prazo estabelecido, de 10 anos, seria alterado em 1952, com o Decreto n. 31835, que incluiu o limite de 15 anos de licença para TV, pois, dois anos antes, em 18 de setembro de 1950, Assis Chateaubriand fundava a TV Tupi de São Paulo, ligada aos Diários e Emissoras Associados, e que, por duas décadas, seria o maior conglomerado de comunicação social do Brasil. O *Regulamento* vigoraria até agosto de 1962, quando foi revogado pelo *Código Brasileiro de Telecomunicações*, após 22 anos de conturbada tramitação. Esse código sofreria 52 vetos do então presidente João Goulart, o que motivaria uma violenta reação dos empresários e congressistas proprietários de emissoras, os quais, mobilizados, derrubaram todos os vetos e, liderados pelo deputado João Calmon, criaram na oportunidade a *Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV – ABERT*. Com a promulgação do Código, dezenas de leis, decretos-leis, decretos, portarias e atos normativos modificaram a legislação, sem alterar significativamente o processo de outorga de licenças da radiodifusão, fundado em dois princípios paradoxais: um forte controle estatal, exercido por prerrogativas arbitrárias concentradas no Executivo, e uma ampla liberdade de propriedade das emissoras por grupos empresariais privados, favorecendo a enorme concentração existente hoje (Motter, 1993, p. 111-113).

A legislação brasileira distingue dois tipos de licença para a exploração dos serviços de radiodifusão: a concessão, instrumento de autorização da exploração da radiodifusão em

caráter nacional e regional, que é prerrogativa exclusiva do presidente da República; e a permissão, referida à radiodifusão de caráter local (FM), cuja outorga é da competência do Ministro das Comunicações. Ambas, a concessão e a permissão, podem ser transferidas diretamente, com a venda da licença de uma para outra pessoa jurídica, ou indiretamente, quando as cotas ou ações que sustentam o controle acionário são transferidas de um para outro grupo de acionistas ou cotistas (Motter, 1993, p. 105). A distribuição de emissoras de rádio e televisão no Brasil sempre foi feita a partir de critérios políticos, às vezes escandalosos, como documenta Paulino Motter, em sua Dissertação de Mestrado, em relação ao Governo Sarney, que, apenas em seu governo, distribuiu 1028 concessões e permissões, nada menos que 30,9% do total distribuído em toda a História (veja Figura 3), superando o recorde anterior de favorecimento político, do Governo Figueiredo, que, em seu mandato, fez 634 concessões e permissões. O governo Figueiredo utilizou as outorgas para beneficiar os seus amigos pessoais e os políticos que se mantiveram fiéis ao regime, durante o Colégio Eleitoral. E, no governo Sarney, as concessões e permissões foram moedas de troca durante o período de funcionamento da Assembléia Nacional Constituinte, manipuladas pelo então Ministro das Comunicações, Antonio Carlos Magalhães, para comprar parlamentares constituintes para a aprovação de questões de interesse do Executivo, como a duração do mandato, regime de governo e papel das Forças Armadas. Das 1028 concessões, 539 foram concedidas nos últimos nove meses da Constituinte (entre janeiro e outubro de 1988), e, a maior parte destas, utilizada para garantir a aprovação dos cinco anos de mandato de José Sarney. Ainda segundo Paulino Motter (1993, p. 177), a “bancada do rádio” na Assembléia Nacional Constituinte, formada pelos proprietários de emissoras de rádio e televisão, reunia 146 parlamentares, ou seja, 26,1% dos 559 constituintes. Ao final do governo Sarney, restavam pouco mais de 600 canais disponíveis, a maior parte localizados em cidades interioranas, em regiões de baixa

densidade populacional, com pouca expressão política e sem atrativo econômico (Motter, 1993, p. 186).

DISTRIBUIÇÃO DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO NO BRASIL

Governo/Período	N. de Concessões/Permissões	Percentual
Outros (1934-1979)	1.483	44,5
João Figueiredo (1979-1985)	634	19,0
José Sarney ** (1985-1988)	1028	30,9
Fernando Collor (TVA – DISTV*)	120	3,6
Congresso (a partir de outubro de 1988)	65	2,0
TOTAL	3.330	100,0

* Concessões de canais da futura TV a cabo, regulamentada pela portaria 250/89 do Minicom.

** 539 Concessões (52%) nos últimos nove meses da Constituinte

Fonte: Motter (1993, p. 163)

Figura 3

Capparelli *et alli* (1997), ao falarem da transição de um modelo fordista para um modelo pós-fordista de televisão, caracterizam a outorga por critérios políticos como característica daquele primeiro modelo, enquanto o modelo pós-fordista se baseia na concessão de canais mediante critérios econômicos e através de ofertas em leilão. Segundo Motter (1993), essa era uma antiga reivindicação da Abert. Uma alteração de um critério estratégico para um critério instrumental não significa, contudo, a implementação de uma política do Estado para as comunicações, mas, muito mais, uma modificação nos centros de

interesse, cada vez mais globalizados e tendentes à formação de conglomerados econômicos, uma vez que não há uma discussão densa sobre as políticas de comunicação no Brasil, ou sobre as possibilidades de realização democrática dessa nova esfera pública (Ramos, 1995 e 1997).

10.2 - O Estado é operador

A uma visão do Estado como proprietário monopolista do espectro eletromagnético, o qual, afinal, acaba utilizado em função dos interesses privados, define o papel do Estado como regulamentador ou como poder concedente, nem sempre eticamente movido, da exploração dos serviços de radiodifusão.

Essa, contudo, não é a única interferência direta do organismo estatal no “mercado” da radiodifusão. O Estado detém, ele próprio, estruturas de rádio e televisão, nem sempre cumpridoras de finalidade pública, até porque ainda é discutível o que seria uma “finalidade pública” das instituições de comunicações, e quais as competências especiais teriam de ser atribuídas a esses órgãos quando pertencentes ao Estado.

Francisco Pierre (1993a) realiza uma interessante e didática discussão ética sobre os objetivos da comunicação social na administração pública, enfatizando três diferentes concepções a respeito do assunto, que ele denomina: concepção *autoritária*, em que o governo é considerado apenas do ponto de vista da ordem e da estabilidade (“não há lei mais alta que a própria segurança”), resultando, como política de comunicação social, “a dialética do parecer para impedir o ódio mas alimentando o temor. Serão os instrumentos do consenso

imposto, a censura e o segredo, a repressão e o medo”; concepção *totalitária*, que se revolta contra a injustiça no mundo e prescreve a construção de um homem novo possível, razão pela qual o objetivo da comunicação social torna-se instrumental: mobilizar o povo para a construção do homem novo e da sociedade ideal, desclassificando os adversários e excluindo os inimigos; e, por fim, concepção *democrática*, que “... não conhece realidade verdadeira fora do espaço público que se manifesta” e busca “utilizar a discussão pública como meio de resolução de conflitos, pela recusa da força para instaurar a justiça ou para resolver demandas”, resultando num modelo de comunicação social que procura a participação, definida como “a criação de conselhos, audiências públicas, levantamentos de carências e prioridades, programas [que] são instrumentos legítimos na busca da participação” (Pierre, 1993a, p. 1-3). Uma discussão sobre as condições de possibilidade da democracia na comunicação procura-se fazer na última parte desta Dissertação.

O que parece significativo para o conteúdo deste trabalho é a possibilidade de uma outra concepção, que pode ser chamada de *privatista*, da comunicação social na esfera do Estado, situada a meio termo, entre o autoritarismo e a democracia, porquanto participa de características parciais de ambas as lógicas, com o acréscimo de uma racionalidade instrumental cuja teleologia desiste da “construção de uma nova sociedade”, como seria a da versão autoritária (a formulação conceitual de Francisco Pierre com certeza estava motivada pela prática dos partidos vinculados ao chamado “socialismo real”), para assumir uma concepção meramente empresarial da instituição comunicativa, dentro mesmo da esfera estatal, imiscuída pela movimentação de interesses políticos clientelistas que não raro fazem dos “espaços” da programação uma simples moeda de troca de apoios eleitorais e distribuição de pequenos privilégios.

Nessa categoria pode ser incluído o Consórcio de Empresas de Radiodifusão e Notícias do Estado de Goiás – CERNE e, de forma específica, para os termos desta pesquisa,

a TV Brasil Central, empresa de economia mista sob controle do Estado de Goiás, onde é histórica a utilização de critérios políticos para a contratação e a concessão de espaços programáticos. A emissora, apesar de ser repetidora da TV Cultura – cuja natureza jurídica pública e educativa a tem impedido de veicular comerciais, optando-se pelas figuras do patrocínio e do apoio cultural – atua junto ao mercado anunciante como uma emissora comercial, embora sua posição de último lugar de audiência a coloque numa situação de difícil captação publicitária, inclusive das próprias verbas de publicidade vinculadas à Secretaria da Comunicação, que as destina em maior volume à repetidora da Globo.

Não há na coordenação de programação da TV Brasil Central qualquer debate consistente quanto aos campos da cultura e da educação, como razões motivadoras de uma prática de televisão que justificasse a propriedade estatal ou fundamentasse um papel operatório para a comunicação social dentro da administração pública. A declaração mais próxima dessa encontramos numa revista de divulgação institucional do Consórcio (Cerne, 1996, p. 8), onde, em meio a todo o discurso descritivo-laudatório dos desenvolvimentos técnicos que a emissora granjeou nos últimos anos (adoção do padrão digital, transmissão de sinal via satélite, reaparelhamento com o sistema Betacan, etc.), encontra-se apenas um parágrafo no qual, a utilização do satélite é ligada ao conceito de difusão da cultura goiana, definida como integração com o folclore, a arte e o artesanato, além das riquezas naturais e a economia de Goiás. Inexiste, porém, seja uma noção mais atualizada e ampla do conceito de cultura, seja um sentido de compromisso com tais categorias, a julgar pelas condições dentro das quais a programação da TV Brasil Central é construída, ainda vinculada a perspectivas politicamente clientelistas e financeiramente comerciais. Nesse sentido, insere-se essa emissora numa forma intermediária de presença da comunicação social na administração pública, que se revela, muitas vezes, pela simples privatização do público, seja na forma da utilização de suas possibilidades por interesses políticos de plantão, seja pela

instrumentalização da máquina pública para a captação de verbas de publicidade e atuação empresarial.

Há ainda, no domínio do jornalismo da TV Brasil Central, a presença da censura. Os profissionais da emissora consideram que já foi pior do que o é hoje. A história da televisão sempre foi marcada por matérias produzidas que não foram ao ar, interceptadas por políticos de plantão. Atualmente, esse fato ocorre apenas esporadicamente, embora ainda haja, como sempre houve, limites ao contraditório, especialmente nas épocas eleitorais.

Outra é a perspectiva da Fundação Padre Anchieta, dentro da qual se insere a TV Cultura de São Paulo, cabeça de rede a que se vincula a TV Brasil Central. Trata-se, no dizer de Roberto Costa de Abreu Sodré, um de seus fundadores, de “uma figura jurídica ‘sui generis’ pois, instituída e sustentada pelo Estado, possui o estatuto de entidade de direito privado, com autonomia administrativa absoluta” e tem, desde a sua origem, em 1969, uma finalidade de realizar “... a promoção de atividades educativas e culturais” (Cultura 20 anos, 1989, p. 7). Diferentemente da TV Brasil Central, de Goiânia, a TV Cultura de São Paulo abriga um debate sobre “o conceito de TV Pública”, que define a emissora dentro de um sentido de comunidade (idem, ibidem, p. 11-12):

“Basicamente a emissora deve pretender atingir a comunidade, sentir a comunidade e servir à comunidade. Sua função precípua é responder positivamente aos anseios de aprimoramento da comunidade.”

É óbvio que o conceito aí implícito de comunidade não resiste a uma discussão teórica mais densa (afinal, comunidade não é um termo unívoco e pode ser diferentemente interpretado, em diversas linhas teóricas da sociologia), entretanto remete a uma forma de pensar menos elitista, menos paternalista e menos iluminada da TV pública, na medida em que admite a “opção de prazer e lazer” na construção de uma programação com sentido

cultural e educativo. Ao buscar uma negociação de sentido entre educação, cultura e entretenimento e ao estruturar-se como lugar estatal com controle público, a TV Cultura se insere melhor no formato democrático de presença da comunicação social na administração pública.

10.3 – O Estado é produtor

Enquanto ator privilegiado, o Estado é também poder interferente direto nos sentidos programáticos, graças à capacidade de produzir informação específica, vinculada à sua própria lógica de lugar do poder, e obrigar sua veiculação. Essa apropriação exclusivista tende a ser totalizante na constituição das “cadeias” de veiculação da fala dos governantes, pelo rádio e a televisão abertas, um instituto criado no Brasil por Getúlio Vargas, cuja origem histórica remonta à Segunda Guerra Mundial, com a utilização do rádio como arma de propaganda política pelo nazismo na Alemanha e o fascismo na Itália, e que, no Brasil, transitou até os dias de hoje praticamente sem grandes mudanças relativas à capacidade e ao modo como o Estado pode interferir nos discursos programáticos, criando recortes próprios.

A Hora do Brasil, programa criado em 22 de julho de 1935 e que se tornou obrigatório a partir de 1937, com certeza foi o marco inicial e mais importante desse tipo de inserção, imposto pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), órgão do Governo Getúlio, subordinado ao Ministério da Justiça e sob a direção de Lourival Fontes. Conta Antonio Pedro Tota (*apud* Perosa, 1995, p. 40) que

“o Lourival Fontes trouxe aquela filosofia de propaganda do Mussolini. Ele foi à Itália numa delegação de futebol, foi recebido por Mussolini e andou estudando tudo aquilo. Voltou de lá apaixonado pelo regime fascista, principalmente em relação à propaganda. Quando veio o golpe do Estado Novo, um golpe realmente de características fascistas, ele se entendeu com Getúlio e resolveu então criar o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), e nessa altura dos acontecimentos ele criou também a Hora do Brasil”.

A própria ditadura Vargas foi anunciada pelo rádio. Em 10 de novembro de 1937, Getúlio comunicou à nação a instalação do Estado Novo e da nova Constituição, sob o pretexto de reagir contra a ação dos comunistas (Haussen, 1997, p. 23). Com a deposição de Vargas, os funcionários do DIP foram presos e o redator da *Hora do Brasil*, Américo Luiz da Silva, redigiu o noticiário de deposição sob a mira do capitão Pitalunga (Perosa, 1995, p. 55). Ao assumir a presidência, Eurico Gaspar Dutra foi pressionado pelos empresários da radiodifusão a extinguir o programa, acusado de “obsoleta herança fascista”, mas não resistiu às pressões político-partidárias, que consideravam-no um importante meio de propaganda governista. Contudo, Dutra admitiu fazer mudanças e, em 6 de setembro de 1946, o programa passou a se chamar *Voz do Brasil*, ampliando a quantidade de locutores e, mais tarde, dedicando dez minutos ao noticiário do Congresso. Também a partir dessa data, o órgão responsável pela sua realização deixou de ser o Departamento Nacional de Informações, sucessor do extinto DIP, pois a Agência Nacional, produtora de todo o noticiário da *Voz*, antes mera divisão do DNI, ganhara autonomia (Perosa, 1995, p. 58).

Toda a evolução ocorrida no radiojornalismo, com o surgimento do *Repórter Esso* (1941) e do *Grande Jornal Falado Tupi* (1942), foi ignorada pela *Voz do Brasil*, que (Perosa, 1995, p. 63)

“insistiu na leitura monótona de textos densos, muitas vezes ininteligíveis ao ouvinte comum, realizada por um único locutor em tom linear, e precedida do trecho de abertura da ópera O Guarani. O material noticioso do programa formou-se, principalmente, de decretos governamentais e discursos presidenciais. (...) Fato em grande parte explicável pelo vínculo da Voz do Brasil com o aparelho burocrático-estatal, caracteristicamente conservantista-autoritário, e pelo caráter compulsório do programa, que lhe garantia a exclusividade nacional do horário”.

Outro presidente que foi inutilmente pressionado para extinguir a *Voz do Brasil* foi João Café Filho, sucessor de Vargas, após o seu suicídio (cuja carta-testamento foi inteiramente lida no programa). Café Filho chegou a baixar um decreto de extinção, mas revogou-o imediatamente, para que ele próprio pronunciasse à nação... Depois disso, a única mudança significativa só ocorreria em 1962, com a ampliação para uma hora da duração do programa, sendo metade desse tempo dedicado ao Poder Legislativo, sob o pretexto de que “Brasília estaria isolada e o que ocorreria no seu interior seria ignorado pelo resto do país” (Perosa, 1995, p. 85), mantendo-se, contudo, o formato de noticiário pesado e de anúncio contínuo e cansativo de deliberações legislativas e trechos pré-editados das discussões em plenário.

Depois disso, apenas no regime militar, durante o governo Médici, a *Voz do Brasil* sofreria novas modificações, a fim de se ajustar aos objetivos da “guerra psicológica”, a partir da iniciativa da Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República (AERP), categorizada por Lílían Perosa como “... a segunda tentativa no Brasil de centralização da propaganda política, depois do DIP, durante o Estado Novo” (Perosa, 1995, p. 95). Essa já era uma época em que a televisão substituíra o rádio como veículo estratégico de disseminação do sentido de nação, mas houve manifesta preocupação com o desempenho

do noticiário radiofônico oficial. Uma pesquisa encomendada pela AERP apontara, em dezembro de 1971, que “... apenas 8% dos brasileiros ouviram freqüentemente o programa oficial, enquanto 51% nunca o ouviram e 41% só raramente. A pesquisa limitou-se às zonas rurais do país, onde a AERP supôs ser maior a penetração do programa” (idem, ibidem). Isso desencadeou um projeto de reformulação do programa, a partir de uma orientação sintética: “Menos nomes e mais fatos”, contrastando com a política anterior, de caráter populista. A *Voz do Brasil* substituiu *O Guarani* da abertura pelo *Hino da Independência* e passou a divulgar notícias esportivas¹⁵ e prêmios da Loteca, além dos textos procedentes da Presidência da República, ministérios e órgãos subordinados, enfatizando o “milagre brasileiro” e o “Brasil grande”.

Em janeiro de 1975, já no espírito de “abertura” do Governo Geisel, a Assessoria de Imprensa e Relações Públicas (AIRP) substituiu a AERP, abrandando a “guerra psicológica”. Em março de 1979, o governo Figueiredo instituía, com *status* de ministério, a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), órgão que se reproduziu nas estruturas dos governos estaduais e municipais, dando seqüência a um projeto de construção de uma nova imagem do governo, frente ao desgaste do regime militar. Também a Agência Nacional seria nessa época substituída pela Empresa Brasileira de Notícias (EBN), que passou também a ser responsável pela convocação de redes nacionais de rádio e televisão para os pronunciamentos do Presidente da República, ministros e outras autoridades, além da elaboração da *Voz do Brasil*. Em 7 de abril de 1981, a extinção da SECOM promoveu a transferência da EBN para o Ministério da Justiça, época em que foram introduzidas modificações na *Voz*, a fim de torná-la mais dinâmica, como a introdução do contraste tímbrico, pela adoção da voz feminina junto à masculina na locução. Nada mudava, contudo, no aspecto oficial do noticiário, chegando-se ao ponto da instrumentalização da EBN em

¹⁵ Segundo o redator José Escarlante, no dia da conquista do tricampeonato mundial de futebol, no México, a *Voz*

1984, para a campanha presidencial de Paulo Salim Maluf e da censura a qualquer informação sobre o candidato da oposição, Tancredo Neves, razão pela qual os próprios funcionários da Empresa passaram a chamá-la, ironicamente, de “Empresa Brasileira do Malufismo” (Perosa, 1995, p. 128).

Uma fase mais democrática seria vivida pela EBN no início do governo Sarney, ao ajustá-la ao conceito de “democracia e participação”, durante a gestão de Fernando Lira no Ministério da Justiça, onde a empresa ainda continuara alocada. No que Lílían Perosa denominou “a euforia do primeiro momento”, recuperou-se a ópera *O Guarani* no tema de abertura, suprimiu-se o tom marcial dos locutores, introduziu-se novas vinhetas com sons de viola, zabumba, triângulo e acordeão, além de *spots* de serviço. Mas, a principal modificação ocorreu com a adoção de práticas comuns do jornalismo, como o sistema de pautas e de identificação do repórter nas matérias. Pela primeira vez, a EBN deu voz a críticas ao governo, adotando uma política de eliminação de censura e discriminações. Afirma Lílían Perosa (1995, p. 144) que “a diretoria da EBN sofreu mais problemas de ordem interna, ligados à intensa autocensura jornalística praticamente institucionalizada na empresa, do que interferências propriamente externas”. Mas, o entusiasmo não durou muito, pois seriam as próprias interferências externas que fariam retornar o programa ao oficialismo do início. Em junho de 1985, foi desencadeada uma campanha pela transferência da EBN para o Ministério das Comunicações, pasta de Antonio Carlos Magalhães, pois Fernando Lira “... sustentava uma filosofia de trabalho para a EBN que dá muita liberdade aos repórteres” (O Globo, *apud* Perosa, 1995, p. 145), que culminou, em 1986, na substituição desse ministro por Paulo Brossard, alterando a EBN, até a sua incorporação, em 1988, pela Empresa Brasileira de Radiodifusão, a Radiobras, cujas atividades passaram a ser exercidas junto à subchefia para

assuntos de Imprensa e Divulgação do Gabinete Civil. Notícias de Brasília voltaram a ter prioridade e iniciou-se a utilização do satélite Radiosat para transmissão da *Voz do Brasil*.

O grande calcanhar de Aquiles da *Voz do Brasil*, além da característica oficial das notícias, é sem dúvida a audiência. Há um sentimento geral de que o público do rádio desliga por hábito o aparelho ao escutar os acordes de *O Guarani* e ouvir o anúncio de que em Brasília são 19 horas. Além da pesquisa feita durante o governo Médici, houve outra encomendada ao IBOPE em 1989 pela Radiobras, que apurou apenas 5% de audiência, num universo de 2663 pesquisados, entre os quais 63% não se interessavam em ouvir o programa, 26% já tinham ouvido alguma vez, mas não ouviam mais, e 37% declararam jamais ter ouvido a *Voz*. Isso aguçou o ânimo dos empresários do rádio, intensificando a pressão para que o programa fosse extinto, ou, ao menos, que se desse fim à obrigatoriedade de retransmiti-lo, mas, o governo Collor decidiu mantê-lo.

O Estado não é uma instituição monolítica, mas espelha as contrafações do poder e as contradições sociais. Como produtor de comunicação social, o aparelho estatal se desdobra em formas autoritárias e democráticas, conforme o espaço político de liberdade ou de domínio que se estrutura. O ambiente universitário, por exemplo, é um caso de espaço fora do âmbito direto dessa dominação e, no campo da comunicação social, deve-se registrar o esforço recente das emissoras universitárias no sentido da formação da Rede Universitária de Rádio, iniciada com a cobertura das Reuniões Anuais da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), utilizando para isso o suporte de satélite a partir da Rádio MEC-Rio, sem uma ligação direta com o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (SINRED). Trata-se de uma experiência que reúne profissionais, professores e estudantes universitários de diversas instituições de ensino do Brasil, para a transmissão de uma cobertura completa do evento. A primeira formação da Rede foi acertada durante o II Encontro Nacional de Rádios, TVs e Produtoras Universitárias, ocorrido em maio de 1994, em Florianópolis, Santa

Catarina, e concretizada em julho, de forma bastante improvisada, na 46a. Reunião Anual da SBPC, em Vitória, no Espírito Santo. A cobertura foi transmitida para mais de uma dezena de emissoras e produtoras universitárias, a partir da Rádio da UFSC, em cujo campus o evento era realizado. Durante seis dias, programas de cinco a dez minutos foram transmitidos via satélite, de hora em hora, fornecendo um panorama de tudo o que movimentava as discussões da comunidade científica. No ano seguinte, a 47a. Reunião da SBPC obteve a adesão de 20 emissoras, que enviaram a São Luís, no Maranhão, mais de 50 pessoas, para trabalhar sediados na Rádio da UFMA transmitindo cerca de 50 programas durante os dias do evento. Daí em diante, a Rede jamais faltou a um encontro anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, recebendo elogios públicos da comunidade científica. Apesar de sua reduzida consequência, tanto em termos de audiência, quanto de política de comunicação social, seu registro é necessário devido à natureza da experiência democrática, dentro da própria esfera estatal. Esta é, sem dúvida, a única rede que se formou a partir da iniciativa das próprias emissoras e gerida pela agregação de profissionais que, antes dela, mal se conheciam; isto é, foi construída de forma inteiramente participativa e livre.

A movimentação em torno da rede encaminhou a fundação, em 5 de outubro de 1995, da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio, Televisão e Produtoras Universitárias, durante o III Encontro Nacional desses veículos, em Goiânia. É lamentável, contudo, que esse esforço, que qualificamos em palestra durante esse III Encontro, como “trabalho de formação de redes altamente democráticas” (Signates, 1995) não tenha sido acompanhado de uma forte e significativa mobilização em torno de uma ampla política de programação concretizada pelas emissoras universitárias. Uma política nesse sentido de forma alguma deveria seguir o padrão de “cabeça de rede” das emissoras comerciais, e sim estabelecer acordos democráticos que preservassem os sentidos e as identidades regionais em clima de diálogo. Essa, aliás, foi uma das características essenciais da Rede Universitária, que, segundo a professora Valci

Zuculoto, da UFSC, uma de suas mais entusiasmadas coordenadoras, “... procurou permitir que cada equipe de profissionais e estudantes participantes da cobertura mantivesse sua linguagem regional e produzisse suas matérias de forma que pudessem ser entendidas pelas diversas camadas de público” (Zuculoto, 1996). Essa discussão, porém, passa pelo que o professor Murilo Ramos enfatizou, num debate ocorrido em Brasília no final da década de 1980, como o “controle público” das emissoras estatais, que, segundo ele, está vinculado diretamente a uma estrutura jurídica capaz de permitir isso e, sobretudo, à solução do problema do financiamento, pois, “... quem paga a conta maior acaba tendo o controle” e, por essa razão, “a questão é também não permitir que o controle financeiro seja tanto do Estado quanto da iniciativa privada” (Comunicação & política, 1989, p. 65-66).

Ainda dentro desse conceito de um Estado produtor de informação própria, pode-se incluir as transmissões em cadeia e os horários gratuitos de propaganda eleitoral (HGPE), um modo de inserção programática dos aparelhos estatais que, a cada eleição, tem sido regulada de forma diferente, seguindo propósitos casuísticos, seja para beneficiar determinados setores ou grupos políticos, seja para prejudicar outros. A principal característica desse tipo de inserção, para os termos desta Dissertação, é a de ruptura programática, como enfatiza Afonso de Albuquerque (1995, p. 101), devida ao fato de, primeiro, o tempo ser cedido gratuitamente aos partidos, através da mediação da Justiça Eleitoral, e, segundo, por ser a responsabilidade da produção entregue a outros agentes, que não os responsáveis pelas emissoras, resultando em um tipo de discurso muito diferente do ordinário. Segundo Albuquerque, essa “invasão” gera problemas de legitimidade ao Horário Político, daí porque nas eleições de 1989, tentou-se o recurso de apropriar de formatos próprios do telejornalismo e das telenovelas e, até, dos códigos de autoidentificação das emissoras, como foi o caso da “Rede Povo”, do Partido dos Trabalhadores. A extensiva utilização de efeitos de computação gráfica resultou em modificações restritivas para as eleições seguintes, como a proibição do uso de gravações

externas, montagens e trucagens no pleito de 1994, que, para Rubim (1994, p. 115-6), significou “a intenção de cercear a edição e, por conseguinte, impedir o exercício da ‘gramática’ mediática”, além de expressar uma “... concepção arcaica e mitificada de política”, ao se buscar “... uma política racional, expressa discursiva – argumentativamente. (...) O caráter mítico desse entendimento de política torna-se manifesto na simples lembrança que o campo de política nunca foi plenamente dirigido pelo racional”.

Em termos gerais, o que se observa com clareza é que a comunicação social produzida pelos aparelhos do Estado não garante, por si só, a sua natureza pública. Muito raramente tais expedientes se traduziram em comunicação, no sentido habermasiano do termo, porquanto na maioria das vezes estiveram vinculados a interesses específicos de grupos de poder situados no interior dos governos e produziram um tipo monológico e autoritário de jornalismo ou de propaganda. Daí porque a discussão a ser mantida sobre a presença do Estado como instituição de comunicação social diz respeito ao grau de democracia, entendida, como pontua Francisco Pierre (1994), no sentido de participação, apontando para o pluralismo democrático, sobre o qual falaremos na conclusão deste trabalho.

10.4 – O Estado é cliente

A relativa incapacidade das instâncias políticas e estatais em gerar uma comunicação social eficiente, resultante em processos significativos de audiência pública, faz com que o Estado assuma o papel de anunciante nas emissoras particulares, constituindo esta também, sobretudo nos Estados onde o mercado publicitário privado ainda não sustenta os custos de manutenção das emissoras, uma via de controle político dessas instituições. Esse é bem o

“Estado publicista”¹⁶, da categorização de Luís Martins da Silva (1995, p. 36), o Estado que investe em propaganda, veicula anúncios, faz marketing, o que, na prática, acaba significando uma espécie de distribuição de verbas, usualmente cobrada em termos de compromissos políticos.

Goiás é um desses Estados, que vive hoje a transição de um capitalismo patrimonialista, agropastoril, para um modelo de industrialização tardia e crescimento do comércio varejista e do ramo de serviços. No mercado da comunicação social, a única empresa que não depende fortemente do Estado, se forem verdadeiras as declarações dos seus diretores de programação e comercialização de TV, é a Organização Jaime Câmara, que capta, segundo estimativas de seus executivos, cerca de 80% da receita publicitária disponível em Goiás, faturando algo em torno de 100 milhões de reais por ano. Desse volume, o diretor de programação de TV, João Brás, assegura que apenas 8% provêm de verbas públicas, advindo a maior parte da receita do comércio de varejo. Tais números não puderam nesta pesquisa ser confirmados por documentos, exceto os valores aplicados pela Administração Direta e Indireta do Estado de Goiás, referentes ao exercício de 1996, ano em que as principais empresas da OJC (TVs Anhanguera e Tocantins, Rádios CBN-Anhanguera, Araguaia e Executiva, e Jornal O Popular) captaram R\$ 4.729.293,14, pouco mais de 30% da aplicação em publicidade do Estado de Goiás. Desta conta não fazem parte a aplicação publicitária dos governos federal e municipais, nem a das Empresas Públicas de Direito Privado, como as Centrais Elétricas de Goiás (CELG), a Empresa de Saneamento – Saneago, a Telegoiás, etc., cujos valores não puderam ser levantados.

Francisco Pierre (1993) denomina essa aplicação publicitária, bem como os diversos tipos de renúncia fiscal, de “ajuda do estado à Imprensa”. Segundo ele,

¹⁶ Luís Martins da Silva acrescenta as noções de “Estado-educador” e “Estado publicista” às quatro categorias de Pierre Rosanvallon, segundo o qual não há um único Estado, mas “Estados no Estado”, vinculados às

“... o Estado, substituindo-se às limitações dos mercados econômico e político, em largos períodos da história brasileira, através dos procedimentos não democráticos do ‘mecenat caché’, do suborno, do favorecimento, dos privilégios, constitui a principal fonte de recursos e o principal agente da sobrevivência e da prosperidade de muitos órgãos da imprensa”.

A análise do professor Pierre circunscreve-se, contudo, aos mecanismos de ajuda indireta e direta aos jornais impressos. A ajuda indireta é constituída pela renúncia de receitas e pela adoção do sistema de preferências tarifárias, como a imunidade ou a vedação no poder de tributar, estendido desde a Constituição de 1946 ao papel destinado a jornais, periódicos e livros, como forma de amparo à cultura e à proteção da liberdade de imprensa; as isenções e incentivos à imprensa de impostos diversos (IPI, ICMS, Imposto de Renda, etc.); e a ajuda tarifária, como os barateamentos e descontos oferecidos pelos Correios aos impressos. A ajuda direta diz respeito à canalização de recursos às empresas de comunicação social, na forma de subvenções, facilidades creditícias e destinação de verbas publicitárias. Francisco Pierre chama a atenção para a problemática da concentração da informação e se impressiona com o fato de, no Brasil, haver uma “... total desvinculação do sistema de ajuda aos livros, jornais e periódicos com a problemática da concentração da informação” (Pierre, 1993, p. 43).

10.5 – O Estado é fonte privilegiada de informação

Não apenas informação é poder: poder é informação. A principal condição de possibilidade para que a informação se converta em desempenho de poder é o seu uso estratégico-instrumental, que vincule o saber à ação teleológica. Entretanto, uma vez situado na situação de poder, o agente torna-se fonte privilegiada de informação, agremiando em torno de si a atenção múltipla das instituições de comunicação social.

O oficial é notícia obrigatória no jornalismo de província, quanto mais provinciano for, porquanto nessas situações sociais, a importância do Estado é muito mais expressiva, sendo mais forte a relação de dependência financeira e política das empresas de comunicação social. Assim, se justifica não só a presença de repórteres todo o tempo nos gabinetes e antessalas do governo, mas a produção de um modelo declaratório de jornalismo, no qual a voz oficial soa como manchete. Como esse assunto é bastante abordado, na literatura sobre jornalismo, não se delongará demais neste item.

No Estado de Goiás, ainda se pratica o que se denomina um jornalismo de província, com as características mencionadas. As fontes oficiais têm uma importância significativa na construção dos informativos de rádio e televisão, razão pela qual as equipes de reportagem se postam obrigatoriamente junto ao Estado. A TV Brasil Central mantém uma equipe exclusiva para o governador, o que é compreensível não apenas pelo tipo de jornalismo que se faz, mas também pela vinculação administrativa da televisão ao seu agente patrimonial. Uma vinculação que por vezes é explícita, como a inserção, no programa matutino diário *Revista das Onze*, de um quadro produzido pela Agência de Propaganda que presta serviços à Assembléia Legislativa de Goiás, sem qualquer participação dos jornalistas da emissora, os quais, no máximo, fazem uma checagem das condições técnicas, antes de a fita – que chega pronta à emissora – ir ao ar, e que é apresentado sem qualquer delimitação como “espaço publicitário”, assumindo-se implicitamente que “televisão do governo tem mesmo que divulgar vídeos do governo”, mesmo que inserido dentro do espaço jornalístico da emissora.

A TV Anhanguera possui, nesse sentido específico, uma distância maior, entretanto, a prática jornalística habitual da emissora, conforme inúmeras declarações de profissionais colhidas por esta pesquisa, utiliza o procedimento de encerrar matérias que dizem respeito ao governo com as declarações do próprio governo, depois de convenientemente checadas. Seus profissionais mencionam uma grande preocupação em não dar guarida a denúncias e acusações, sem uma cuidadosa verificação de sua procedência, especialmente se dizem respeito às autoridades governamentais. Alziro Zarur, editor executivo da emissora, declara que a política de jornalismo da televisão é “... usar o veículo para denunciar fatos, mas não para denunciar pessoas ou instituições”, o que ele categoriza como “bom uso da autocensura, do comedimento”. A veiculação de uma matéria de denúncia passa, quase obrigatoriamente, pela consideração do Diretor de Jornalismo, Jackson Abrão. E, também obrigatoriamente, a voz governamental é escutada sobre o assunto e, sempre, editada na conclusão da matéria. Observa-se, nessa prática, como é tênue a fronteira entre um jornalismo de responsabilidade social, capaz de checar a procedência verídica da notícia, e um jornalismo de subserviência ante a autoridade estatal, nem sempre sendo possível ao observador constatar onde começa um e termina o outro. Há, contudo, bastante presente no ânimo de seus coordenadores a convicção de que os conteúdos que eles colocam no ar têm imediata e grande repercussão, devido à audiência hegemônica da Globo, tornando-os mais cuidadosos que as demais emissoras. Ou, como afirma Zarur: “As nossas concorrentes têm mais liberdade, por causa do nosso peso”. Ele cita como exemplo, o caso recente de um debate ao vivo entre um líder sindical de funcionários da saúde em greve e o secretário de estado correspondente, dentro do qual a autoridade do governo assumiu um compromisso que desencadeou o fim do movimento grevista. Zarur atribuiu o fato ao “peso da TV Anhanguera” (ou, à sua audiência e à sua capacidade de repercutir sobre a opinião pública), o que pode ser questionável, mas demonstra o sentido de responsabilidade e, até, um certo temor, que impede uma ousadia

maior na construção do jornalismo dentro da emissora, os quais, somados à influência “natural” do governo, remetem aquela televisão a uma tendência oficialista ponderável.

Esse modelo de prática do jornalismo constrói uma forma de dizer que ratifica as situações de poder, seja conferindo-lhe o privilégio da exclusividade de fala, seja mencionando o contraditório com função de pergunta, garantindo assim que o questionamento seja contemplado pela posição oficial (apreendido como solução ao problema apresentado) e, com isso, eximindo-se a instituição de comunicação social de uma tomada própria de posição, diferente daquela vinculada ao poder.

10.6 – O Estado é instância interventora e mediadora

A combinação poder (capacidade concedente, reguladora e legiferante), prestígio (fonte privilegiada do dizer e do aparecer) e dinheiro (poder de comprar tempos e espaços), fornecida pelo Estado aos seus agentes, determina a possibilidade de um enorme potencial de influência sobre a mídia. Esse potencial é desempenhado, muitas vezes, acima das vias normatizadas ou estabelecidas consuetudinariamente, pelo qual o Estado poderia cobrar formalmente responsabilidades, desmentir ditos, redimensionar o lugar da verdade social e política ou interferir publicitariamente nas programações.

Nos momentos históricos de exceção, a organização estatal brasileira lançou mão da censura e da repressão, que, em regiões como a goiana, na época da ditadura Vargas, significou a morte de muitos jornalistas, no meio da guerra entre os grupos familiares do patrimonialismo vigente. Ludovicos, Caiados, Xavier de Almeida e Bulhões, desde o advento

da República, em diversas oportunidades mancharam de sangue as páginas da imprensa nascente. Afirmou Oscar Sabino (Pina Filho, 1971, p. 74) que

“em diversas épocas, os jornalistas goianos tiveram atuação significativa, atacando arbitrariedades dos governos opressores, criticando os seus erros, denunciando as desonestidades, gritando contra as injustiças e, de resto, enfrentando situações dramáticas, muitas vezes de grande perigo para as suas vidas. Admiráveis temperamentos jornalísticos foram ainda, entre nós, Moisés Santana, Americano do Brasil, Egerineu Teixeira, Evangelino Meireles, Joaquim Bonifácio de Siqueira, Breno Guimarães, Urbano de Castro Berquó, Léo Lynce, Gercino Monteiro, Ricardo Campos, que no exercício do jornalismo, foram altivos e corajosos. Basta dizer que vários jornalistas goianos morreram assassinados em virtude de suas atitudes e campanhas”.

Hoje, já não há mais assassinatos de jornalistas em Goiás e, como vimos, a televisão jamais se distanciou muito do discurso oficial, para justificar uma reação mais violenta dos atores políticos encastelados no Estado. Entretanto, as pressões existem e às vezes se manifestam de forma contundente, respaldada pela posição de seus agentes. É nos instantes de vivência democrática ou quase democrática, especialmente nas regiões onde a relação com as instituições de comunicação social é mais clientelista – como é o caso de Goiás –, que os atores políticos instalados no aparelho estatal desempenham sua capacidade de realizar intervenções ou mediar interesses privados, no claro intuito de proteger da crítica os grupos políticos de que fazem parte ou de ganhar o apoio explícito ou implícito da empresa de comunicação social para si.

Duas ocorrências típicas são aqui descritas sem grandes detalhes, apenas como ilustração para esses gêneros de intervenção e de mediação. O primeiro caso refere-se ao

programa *Goiânia Urgente*, da TV Record, cujo reinício, com a televisão já sob a administração da Igreja Universal do Reino de Deus, contou com a apresentação de dois jornalistas: Luís Carlos Bordoni e Marimar Ayalla. O estilo denunciante do programa, somado à ascensão nos números da audiência, gerou diversas inquietações na classe política, especialmente nos grupos próximos ao governador Maguito Vilela. Houve programas, nos quais Bordoni brandia no ar cópias de documentos do Tribunal de Contas, referentes a uma certa “conta secreta” do governador, pelo qual supostamente Maguito Vilela fizera gastos pessoais e supérfluos com dinheiro público. No final de agosto de 1997, o secretário da comunicação do Estado, Jean Carlos de Carvalho, chamou ao seu gabinete o diretor da TV Record local, Jairo Correa de Carvalho, a fim de tratar dos “excessos do programa *Goiânia Urgente*”. A reunião e esse teor da conversa foram admitidos pelo próprio secretário em entrevista para esta pesquisa. Coincidência ou não, algumas semanas depois, Bordoni e Marimar eram demitidos do programa, que, depois disso, caiu nos índices de audiência e sofreu diversas modificações, a fim de recuperá-la, aparentemente sem grande sucesso. Luís Bordoni saiu atirando: a esta pesquisa afirmou que

“houve uma articulação em dois blocos de ação, por Brasília, através do senador suplente Mauro Miranda, um pastor, juntamente com o senador Otoniel (Otoniel Machado) juntamente com o Ministro da Justiça, Íris Resende Machado, e passando essa articulação pelo Palácio das Esmeraldas e um contato direto de ação dos dois núcleos do PMDB sobre a cabeça da rede que é em São Paulo, então tudo começou a ser tramado a partir dali. (...) Houve então uma reunião em São Paulo, para onde foi o Jean de Carvalho com o Bispo Gonçalves, que é o diretor da Rede, o James que é o diretor de jornalismo e o Jairo Valadares que é o Diretor do interior; inclusive eles levaram fitas para questionar meu comportamento. (...) Lá eles pediram a minha cabeça”.

O secretário Jean de Carvalho nega que teria estado em São Paulo e afirma jamais ter “pedido a cabeça” de Luís Bordoní, contudo admite ter reclamado junto à direção da emissora, a qual, por sua vez, alega problemas administrativos como motivos para ter afastado os apresentadores.

Outro caso típico, é o da mediação, feita por Íris Rezende, de um desentendimento entre o atual presidente das Organizações Jaime Câmara, na década de 1980, e a cúpula da Globo, que cogitou retirar da TV Anhanguera o direito de retransmissão da programação. A interferência do atual ministro se deu no sentido de reatar os vínculos, o que, no dizer de um importante político goiano que solicitou anonimato a esta pesquisa, desagradou a Roberto Marinho, que hipoteticamente pretendia ligar-se ao grupo político hegemônico em Goiás, como o fizera na Bahia e em Alagoas, e nem por isso Íris obteve o apoio explícito da TV Anhanguera, cujo dirigente à época, o “velho” Jaime Câmara, era um político ligado ao antigo PDS, tendo continuado a apoiar candidatos opositores, mesmo após a interferência pacificadora de Íris Rezende. “O Íris poderia ser hoje dono da retransmissora da Globo em Goiás, e não quis”, queixa-se esse informante. Correta ou não a queixa desse político, a verdade é que as visitas do atual ministro às dependências da Organização Jaime Câmara ocasionam sempre uma recepção festiva, para a qual toda a diretoria se reúne e não há uma solenidade na qual ele se faça presente que ele não dê declarações que obrigatoriamente vão ao ar, existindo profissionais dentro da emissora que o cognominam “Deus”, tal a importância de sua presença nos VTs de entrevistas e reportagens. O diretor de jornalismo da emissora, Jackson Abrão, nega esse privilégio, mas enfatiza que Íris é a personalidade mais importante de Goiás, atualmente, e, portanto, é natural que a atenção da mídia regional lhe seja especial.

10.7 – O Estado é prestador de serviços.

O último “duplo” do Estado, na relação com as instituições de comunicação social, por meio da qual interfere nos sentidos das programações, é o de prestador de serviços. É quando as instituições de comunicação social se colocam numa posição mediadora por excelência, desenvolvendo um jornalismo de serviços, pelo qual dão voz a setores marginalizados da sociedade e remetem suas queixas e reivindicações aos órgãos competentes, devolvendo-lhes a resposta.

Nelia Del Bianco (1991, p. 17) estudou essa temática no rádio brasileiro e concluiu que

“o rádio é um espaço público onde se realiza uma determinada relação social, inserida no campo da reivindicação das classes populares à conquista de condições para a reprodução de sua força de trabalho. O meio de comunicação não apenas a reproduz como também dela participa de forma dinâmica. Ao participar dela preenche um espaço de reivindicação que deveria ser ocupado por instituições com representação popular e que teriam poder de negociar com o Estado, em nome dos moradores, acesso aos serviços sociais públicos”.

Essa autora (Del Bianco, 1991, p. 18) também conclui que, ao levar a “autoridade” ao programa para responder a queixas da população, a mediação do rádio

“... satisfaz o desejo dos moradores em receber resposta individualizada a problemas que dizem respeito à coletividade. O morador vive de forma dramática e individualizada a carência de serviços sociais urbanos e suas conseqüências para a vida familiar de cada um”.

Esse modelo de comunicação social começou no rádio, mas, hoje, existe na televisão, em identidade de circunstâncias à análise da autora citada. A TV Serra Dourada, repetidora do SBT em Goiás, apesar de não ter tido sua programação incluída nesta pesquisa, pode ser citada pelo quadro que veicula através do *Jornal do Meio Dia*, intitulado *Bronca do Povo*, dentro do qual as demandas de uma pessoa ou de uma comunidade são gravadas e, posteriormente à gravação da resposta do agente estatal, queixa e resposta são colocadas no ar. No âmbito das programações pesquisadas, o programa *Goiânia Urgente* é em grande parte movimentado por esse tipo de jornalismo, mediador de demandas populares individuais e coletivas. A jornalista Marimar Ayalla, ex-apresentadora do programa, conta, inclusive, que enquanto esteve à frente do *Goiânia Urgente*, contou com a constante colaboração da Primeira Dama do Estado, Sandra Vilela, para o atendimento de necessidades de pessoas às vezes em situação miserável, encontradas pelas equipes da TV Record.

Nesse sentido, o Estado se posiciona como Estado-providência, numa versão assistencialista ou reagindo a demandas tornadas públicas, e admite a instituição de comunicação social como instância capaz de movimentar iniciativas em direção à sociedade. Ao mesmo tempo, a prática da comunicação pública erige-se como um recurso da cidadania, uma caminho possível das camadas marginais da sociedade serem atendidas pelo Estado, publicizando suas demandas.

11. Programação religiosa: entre o estratégico e o comunicativo

Para os termos deste trabalho, as correntes religiosas constituem certamente o principal e mais notório tipo de agente propagandístico. O estudo das relações com esse tipo de agente e destes entre si, a partir da conformação ou do sub-tipo religioso foi uma opção pela conveniência metodológica, pois sua presença nas emissoras (ou sua ausência) é facilmente constatada, devido ao elevado grau de institucionalização dessas correntes e ao fato de que, em sua maioria, se excluem umas as outras, conferindo uma importante visibilidade a estudos políticos ou sociológicos. Além disso, depois que as igrejas evangélicas passaram a comprar emissoras de rádio, especialmente AM, em todo o país, e após a Igreja Universal do Reino de Deus ter adquirido a Rede Record de Televisão, não se pode mais subestimar a importância da religião na comunicação social no Brasil.

A presença de programação religiosa em Goiânia tem uma marca histórica. Maria Honória Dietz de Oliveira (1993, p. 51) conta que a TV Anhanguera entrou no ar, às 18 horas do dia 24 de outubro de 1963, com essas palavras:

“Senhoras e senhores, entra no ar neste instante, em caráter experimental, a TV Anhanguera, Canal 2. Seu primeiro programa é a mensagem dedicada à Senhora Santíssima, cumprindo assim a preocupação religiosa do jornalista Jaime Câmara”.

Logo em seguida, foi lida uma mensagem e a prece “Ave Maria”. Desde então, a “Hora do Ângelus” está no ar, tendo sido o único programa que jamais saiu do ar, nos 34 anos da emissora. Conta-se na Organização Jaime Câmara que esta foi a primeira inserção religiosa

numa receptora da Globo. A autoria desse programete, que, à época, tinha vários minutos, e hoje ocupa um espaço exíguo, nunca maior do que 60 segundos, sempre foi do jornalista Jávier Godinho, que, por ironia, é espírita convicto, tendo, por inúmeras vezes, transcrito textos psicografados por Francisco Cândido Xavier, além de autores espíritas como Carlos Torres Pastorino (autor de “Minutos de Sabedoria”, hoje publicado pela editora católica Vozes) e Huberto Rohden (filósofo espiritualista convertido do Catolicismo). Ele, contudo, sempre tomou o cuidado de manter a linha do texto no plano das recomendações morais ou à fé num sentido genérico, tornando o “Hora do Ângelus” um programa de conteúdo eclético, apesar da oração católica que sempre o encerra.

É também atribuída à religiosidade do “velho” Jaime Câmara que entrou no ar, anos depois, a “Santa Missa em seu Lar”, que é, exatamente, a transmissão ao vivo de uma celebração encenada em estúdio. A iniciativa, de novo, foi do dono da emissora, que teria feito uma solicitação ao padre Djalma Barreto Neves, nos seguintes termos: “A missa na minha televisão não tem preço. Se os senhores padres não quiserem produzi-la, eu a trarei de qualquer parte do mundo” (Oliveira, 1993, p. 52). Não tardou para que as duas outras denominações religiosas mais prestigiadas do país, a protestante e a espírita, tivessem seu lugar, embora sempre a Igreja Católica tenha tido mais espaço. Tais programas eram exibidos juntamente com o “Hora do Ângelus”, isto é, nas proximidades das seis horas da tarde, até que a Globo passou a transmitir em Rede, reduzindo consideravelmente a autonomia da emissora local, razão pela qual os programas religiosos foram transferidos para a madrugada, o que motivou o abandono por algumas igrejas, tendo outras assumido o lugar.

Observa-se com clareza que os processos de inserção de programações religiosas nas emissoras goianienses pesquisadas são vinculadas à própria natureza da relação entre os agentes programáticos, acompanhando, pois, as variações que essas relações sofrem, de emissora para emissora. Assim como na TV Anhanguera a influência de seu “capitão de

indústria” motivou a inserção desses programas, por via de uma decisão pessoal, na TV Brasil Central, as motivações ordinariamente são políticas. Uma declaração – rara – nesse sentido foi registrada por Maria Honória Dietz de Oliveira (1993, p. 53):

“... seu objetivo, conforme diz o Coordenador de Programação, Idevaldo José de Oliveira, é meramente político. O governador [se] compromete nas eleições com todas as camadas religiosas, e, uma vez eleito, cede gratuitamente o espaço para a Igreja que o apoiou, como recompensa política.”

De fato, funcionários do Cerne (Consórcio de Empresas de Radiodifusão e Notícias do Estado de Goiás, estatal que aglutina a Gráfica do Estado e as emissoras de rádio e TV) que preferiram não se identificar afirmaram que é grande a presença de evangélicos na empresa, admitidos pela influência do chamado “Grupo Íris”, como é denominado o grupo de políticos ligados ao senador e ministro Íris Rezende Machado, bloco hegemônico no Estado. Íris Rezende é assumidamente evangélico e essa condição influi consideravelmente na implantação de diversos programas religiosos dessa denominação dentro das emissoras do Estado.

Nem tudo, nesse campo, porém, pode ser vinculado, como pretende Maria Honória de Oliveira, a compromissos eleitorais, embora a influência política se faça presente. Um caso típico, por exemplo, é o da introdução de um programa espírita na TV Brasil Central, aos domingos pela manhã. A atual primeira dama do Estado de Goiás, Sandra Vilela, é espírita assumida e, ao conceder uma audiência no início de 1996 ao presidente da Federação Espírita do Estado de Goiás, Cássio Ramos, este lhe solicitou um espaço de divulgação do Espiritismo na televisão do Estado. Ela, do próprio gabinete, telefonou para o presidente do Cerne, Alair Pereira dos Santos, comunicando-lhe seu desejo de que a solicitação do dirigente espírita

fosse atendida. O programa entrou no ar aos domingos, a partir das nove horas da manhã, com meia hora de duração, sob a denominação “Espaço Aberto”.

São nítidas, apesar disso, as restrições das emissoras profissionais à programação religiosa. À medida em que aconteceu a mudança de uma natureza predominantemente estratégica, para uma administração mais instrumental, a Organização Jaime Câmara deixou de assumir vínculos com as organizações religiosas, seja procedendo a transferência de horários para momentos sem qualquer interesse comercial – e, portanto, sem audiência (o Serpes, o instituto local de pesquisa, sequer mede a audiência nesses horários) –, seja simplesmente abolindo sequer a possibilidade de adoção desse gênero de conteúdo, como ocorre com as emissoras de rádio da empresa.

Essa característica, porém, se diferencia nas emissoras de rádio não pertencentes à Organização Jaime Câmara, especialmente na faixa AM, que, nos últimos anos, sofreu uma enorme penetração dos evangélicos. Não é incomum haver emissoras que “loteiam” suas programações para várias igrejas evangélicas, que, inclusive, são sempre espaços pagos, ao contrário do que ocorre na TV Anhanguera e nos diversos programas espíritas em emissoras de rádio e televisão. Aliás, o procedimento das igrejas evangélicas em relação ao comércio de horários é comum até nas emissoras evangélicas, onde apenas a igreja proprietária não paga pelo espaço que ocupa.

Esse é, por exemplo, o caso da Rádio Aliança. Até o final de junho de 1996, essa emissora pertencia à Rádio Transmundial, uma multinacional de evangelização criada na Espanha e que, hoje, possui transmissores em vários países do mundo. Já nessa época, a emissora locava horários para as diversas denominações protestantes, históricas e pentecostais, de Goiânia. E foi justamente uma dessas denominações, o Ministério Comunidade Cristã, de tendência pentecostal, que adquiriu a emissora, prosseguindo com esse sistema. Atualmente, há programas da Convenção Nacional das Igrejas Batistas, da

Assembléia de Deus e da Igreja Presbiteriana de Campinas. Todos pagos, evidentemente, com as receitas arrecadadas de dízimos e doações.

Essa presença distinguida e, muitas vezes, remunerada dos movimentos religiosos nas programações chama a atenção para o que poderíamos denominar as “políticas específicas de programação” desses agentes, ou, em outras palavras, para o modo como as religiões pensam e fazem comunicação. É visível a natureza estratégica, de um ponto de vista habermasiano, do discurso de conversão das religiões salvacionistas (como a católica e as evangélicas) e, mesmo, das religiões não salvacionistas, mas que, não raro, formulam discursos de conversão (como os espíritas).

Essa qualificação das religiões entre “salvacionistas” e “não-salvacionistas” constitui uma preferência específica desta pesquisa, pois adota por critério definidor não a corrente de tradição ou o tronco religioso ao qual a denominação se filie (como seria o caso de classificarmos entre “cristãos” e “não-cristãos”, como fazem católicos e protestantes, com o protesto dos espíritas, que se auto-consideram cristãos, embora não aceitem princípios básicos de doutrina adotados pelas igrejas cristãs tradicionais), e sim o propósito de converter ou não o interlocutor, o que é assumido por católicos e protestantes (sobretudo carismáticos e pentecostais), mas é negado pelo movimento espírita. O conversionismo, numa interpretação habermasiana, como é a deste trabalho, por constituir uma proposta perlocucionária do falante, engendra uma ação estratégica, pois subsume atos de fala orientados a fins, nos quais o significado semântico não absorve toda a intencionalidade do ator. Assim, este trabalho assume a posição de que **nem todo discurso religioso é estratégico**, pois é possível que a relação religiosa se estabeleça dentro das pretensões de validade do discurso comunicativo; contudo, tal discurso não poderá, por definição, ser conversionista.

Tanto a presença e o aperfeiçoamento dos discursos movidos pela racionalidade estratégica, quanto a busca por um discurso de tipo comunicativo, podem ser encontrados no

interior dos movimentos religiosos e na relação que encetam a partir das programações de rádio e televisão. Neste capítulo, citaremos três casos típicos.

O primeiro, diz respeito ao estilo de programação adotado pelo Ministério Comunidade Cristã na Rádio Aliança, especialmente o “Show do Rádio”, veiculado por Marcelo Albuquerque, um jovem egresso de um dos grupos de juventude dessa denominação e que, sem qualquer formação acadêmica ou técnica, adquiriu experiência trabalhando como produtor e locutor de programas evangélicos em diversas emissoras de Goiânia. Observa-se, na programação da emissora e, em especial, no programa movimentado por Marcelo Albuquerque, uma tentativa de negociação de sentidos entre o vocabulário e o modo de falar próprio dos frequentadores da igreja, e a linguagem que histórica e culturalmente se estabeleceu como a “linguagem do rádio”. Albuquerque defende um modelo de rádio alegre, vibrante, ligado ao formato do entretenimento, e critica emissoras e programas que, segundo ele,

“... não têm a cabeça aberta para a comunicação. Só querem mostrar o que têm para mostrar, e não o que o ouvinte tem para mostrar. São emissoras mantidas pelo dízimo das igrejas. Mesmo uma rádio evangélica, como a nossa, que é voltada para o segmento evangélico, precisa tocar o que o evangélico gosta.”

Na prática, o tipo de rádio que esse locutor faz é uma verdadeira mimetização do rádio popular profissional. O “Show do Rádio” é um programa de dicas, curiosidades, perguntas, brincadeiras, prêmios e diversos quadros, como de receitas de bolo, bolsa de empregos, sempre com participação do ouvinte, e tratando de temas atuais, como aborto, homossexualidade, problemas sociais e econômicos, etc., e muita música gospel. Todo o direcionamento dos assuntos é evangélico ou bíblico, ou culmina numa conclusão que privilegie esse sentido. As perguntas feitas ao ouvinte, solicitando a participação por telefone,

são do tipo que envolve diretamente a vida dentro da igreja: “Descobre-se que um membro da igreja é homossexual. O pastor deve ou não excluí-lo?”; ou se remete a temas sociais gerais, como: “Você é contra ou a favor do MST?”

O propósito estratégico, subsumido no interesse conversionista, é também claro, nas declarações de Marcelo Albuquerque. Ao criticar as emissoras concorrentes – como a Rádio Riviera, da Igreja Universal –, ele afirma:

“Essas rádios muitas vezes não evangelizam falando a língua da pessoa que quer evangelizar, mas usando a linguagem da própria igreja. Falando a língua do não-evangelizado, facilita”.

Outro aspecto importante para a realização desse tipo de programação é a resistência que os contatos comerciais dessa emissora têm para vender a rádio aos anunciantes. Segundo o radialista Túlio Izac, diretor de programação da Rádio Aliança, o fato de a emissora ocupar o primeiro lugar no segmento AM não impede que haja dificuldades desse tipo. Por isso, ele traz a própria experiência profissional para tentar resolver o problema. Os comerciais são, então, produzidos com a finalidade de criar alternativas para vencer a resistência dos anunciantes em anunciar em emissora evangélica. Assim, por exemplo, o anúncio de uma marca de arroz é feita a partir de um estímulo à participação do ouvinte, que sugere uma receita em que o produto seja ingrediente. A propaganda de um analgésico consome um programete diário de 10 minutos a cada dia, pelo qual ouvintes são convidados a contar “qual é a sua maior dor de cabeça” (que pode ser o vizinho, a sogra, etc.); após a narrativa, a emissora toca o jingle do produto. Promoções no próprio ambiente do anunciante também são opções, como a propaganda de um supermercado, para a qual se adotou o velho expediente de sortear um consumidor que ganha um tempo para encher o carrinho e ganhar produtos de graça, com o locutor junto, narrando ao vivo. Garante Túlio Izac:

“Se não fizer assim, ele não anuncia de jeito nenhum. Para o comerciante, rádio evangélica é aquele modelo de rádio de pregação chata. Eu nunca ofereço inserção, nem na RBC, mas um projeto específico de venda do produto dele. E vende.”

Se a solução empregada pela Rádio Aliança foi a de integrar, de forma negociada, o discurso evangélico e o comercial ou o característico do veículo, a TV Record, por sua vez, prefere marcar uma separação entre os dois tipos de programação. E é de tal modo feita essa separação que Francisco Carlos de Almeida, da gerência de programação da Rede, em São Paulo, chega a afirmar que “eu sequer tomo conhecimento do que vai ao ar durante o horário da igreja”. Isso, contudo, não é tão complicado assim. A estratégia da Igreja Universal do Reino de Deus é extremamente apelativa e se baseia em discursos e orações de seus pastores e bispos e, sobretudo, em testemunhos, editados em VTs específicos ou obtidos por meio de “falsas entrevistas” (método, aliás, muito utilizado em programas dotados de ideologia definida, como os religiosos e políticos).

As “falsas entrevistas” podem ser feitas de dois modos: o modo de edição, em que, primeiro, grava-se todo o conteúdo de forma declaratória e, depois, no processo de edição, são incluídas as perguntas; e o modo planejado, em que os ditos são anteriormente preparados pelo entrevistador, sendo a gravação da entrevista uma espécie de encenação, dentro da qual inexistente a possibilidade de surpresa para qualquer dos interlocutores. Os pastores da Igreja Universal, na TV Record, utilizam principalmente este segundo tipo. As entrevistas feitas por eles são sempre dirigidas dentro de um formato simples e repetitivo. São, invariavelmente, quatro os seus momentos.

1º momento: Sempre se começa pela narrativa das desgraças da vida da família e da pessoa, motivada por uma pergunta típica: “como era a sua vida?”;

2º momento: O pastor incita o “entrevistado” a tornar a narrativa o mais negativa possível, fazendo falsas perguntas de reforço, como: “Quer dizer que sua vida era um verdadeiro inferno?” ou: “Você sentia que o diabo vivia com vocês?”, ou, ainda, de modo mais explícito: “Tudo o que você faziam dava errado? Vocês não conseguiam ganhar dinheiro?”

3º momento: Em seguida, modifica-se o tom da entrevista, pois o relato se inverte, a partir do momento em que o pastor convida o entrevistado a falar sobre sua entrada na Igreja Universal, que é, invariavelmente, apresentado como divisor de águas para a vida da pessoa.

4º momento: O encerramento da falsa entrevista se dá com o pastor e seu entrevistado se dirigindo ao telespectador, a fim de chamá-lo para a Igreja. Esse momento costuma começar com uma solicitação do tipo “Diga algo para aquele telespectador que está vivendo hoje um problema semelhante ao que você viveu”, e normalmente termina com um comentário do próprio pastor, também nesse sentido.

Durante todo o tempo da entrevista, são exibidos caracteres com nomes e endereços da Igreja Universal. As variações de conteúdo ocorrem somente por conta do relato do entrevistado, que, naquele momento, e dentro das condições de enquadramento formal da situação de falsa entrevista, expõe fragmentos da própria vida, colorindo-os com as cores sempre berrantes que esse enquadramento exige, seja para desqualificar totalmente a narrativa do passado (muitas vezes pontuada pelo combate ao Espiritismo, à Umbanda ou ao Candomblé), seja para constituir uma imagem idílica do presente. O cotidiano narrado torna-se, dessa forma, inteiramente subserviente do interesse da instituição que possibilita sua narração. Sem que seja necessário duvidar da hipotética sinceridade do entrevistado, ou, mesmo, sem pretender acusar a Igreja de “fabricar testemunhos” – talvez até porque tais gestos sejam desnecessários, por conta do jogo de emoções desencadeado pelo exercício da fé – é notória a condição de falsa entrevista em tais programas.

Essa seqüência se repete com impressionante exatidão, mesmo nos VTs editados, sem a configuração de perguntas e respostas ou na ausência visível de um pastor. Os VTs são normalmente longos (de sete a onze minutos cada). No rodapé, em caracteres, os VTs de testemunhos sempre contam com um rodízio dos endereços da Igreja Universal em Goiânia.

É interessante notar como a argumentação da Igreja Universal joga com elementos do fetichismo¹⁷. Um VT exibido no dia 18 de setembro de 1997 mostrou os pastores de Goiânia reunidos num terreno não identificado para a "Oração no Monte". Três sacos plásticos, desses de lixo, cheios de papeletas nas quais o pastor afirma haver pedidos escritos pelos fiéis, que serão queimados em oração, para que sejam atendidos por Deus. No momento da oração, todos falam ao mesmo tempo, e um deles toma o microfone da TV e um telefone celular (transmissão direta para a Rádio Riviera, emissora AM de Goiânia também pertencente à Igreja Universal) e faz a oração em voz alta, para o acompanhamento dos telespectadores. Outro exemplo desses é o convite feito pelos pastores para que compareçam em certo dia (28/09/97, domingo), numa das Igrejas, para o batismo nas águas do rio Jordão. O telespectador é convidado a levar uma foto ou um papel com o nome anotado de alguém da família com problemas ou que queira ver convertido, e, numa cerimônia, terá oportunidade de mergulhar esse material em uma piscina ou tanque contendo água, misturada com um pouco de água que teria sido colhida no Rio Jordão.

A análise do sentido estratégico do gesto comunicativo hegemônico contido no discurso religioso se completa pela constatação de uma visão instrumental da própria comunicação social, a qual transparece na interpretação de suas instituições como “meios” para se alcançar os objetivos da religião. O resultado dessa construção de sentidos é o

¹⁷ O uso da expressão “fetichismo” neste trabalho quer significar não um comentário pejorativo, mas a atribuição de sentidos e valores mágicos (advindos de Deus ou da força espiritual de algum homem) a objetos materiais. Consideramos interessante a presença de elementos fetichistas na prática televisiva da Igreja Universal do Reino de Deus, porque de certa forma contradiz com alguns fundamentos de sua origem presumidamente

desenvolvimento de modelos monológicos de fala, sem qualquer espaço para o diálogo, ou que, quando são criados, culminam, conforme vimos, em jogos de encenações, destituídos das pretensões de validade caracterizadoras da interlocução comunicativa. A televisão, nesse caso, é percebida e feita não como uma forma de sociabilidade, e sim como um espelho do mesmo. A falsificação dos diálogos gera, na verdade, uma espécie de “monólogo a dois”, em que o ego religioso se presume iluminado pela Verdade e intenta converter a sociedade. O discurso autoritário¹⁸ (Orlandi, 1993) termina em mero espelhamento, pois, ao ignorar os componentes identitários da audiência e os usos que o público faz das programações, é lícito presumir que o processo de recepção desenvolva resistências e talvez seja por isso que os institutos de pesquisa captam em tais programas e nos “horários políticos” uma queda significativa de audiência.

É incorreto, contudo, supor que tais movimentos religiosos engendram tais sentidos de maneira absoluta. Na Federação Espírita do Estado de Goiás, houve no início de 1997 uma desavença interna entre a diretoria e o grupo de profissionais (todos espíritas, trabalhando gratuitamente para a instituição) que produzia o programa “Espaço Aberto”, em exibição na TV Brasil Central. O programa é dividido em três blocos, sendo dois de entrevista e um último, intitulado “Tome Nota”, composto de informações gerais sobre eventos promovidos pelos espíritas. No formato inicial, proposto e executado pelo grupo de profissionais (jornalistas, radialistas e publicitários), dois convidados, um espírita e outro não-espírita, tratavam de um tema social, dentre os mais comentados pela imprensa, sob mediação de um

protestante, inscrevendo-a parcialmente e, talvez, de modo sincrético, na corporificação de elementos da tradição das religiões mediúnicas derivadas dos cultos africanos, que essa igreja tanto combate.

¹⁸ Eni Pulcinelli Orlandi (1993, p. 24) define o discurso do tipo *autoritário* como “o que tende para a paráfrase (o mesmo) e em que se procura conter a reversibilidade (há um agente único: a reversibilidade tende a zero) e em que a polissemia é contida (procura-se impor um só sentido) e em que o objeto do discurso (seu referente) fica dominado pelo próprio dizer (o objeto praticamente desaparece)”. Tal discurso, para essa autora, opõe-se ao tipo *polêmico*, traduzido como aquele que apresenta “um equilíbrio tenso entre polissemia e paráfrase, em que a reversibilidade se dá sob condições, é disputada pelos interlocutores, e me que o objeto do discurso não está obscurecido pelo dizer, mas é direcionado pela disputa (perspectivas particularizantes) entre os interlocutores, havendo, assim, a possibilidade de mais de um sentido: a polissemia é controlada”. Há, ainda, para Orlandi, o

jornalista profissional. Foram feitos, por exemplo, programas sobre “Impunidade”, quando da morte de PC Farias; aborto, quando da discussão do Projeto Marta Suplicy no Congresso Nacional; etc. A argumentação dos coordenadores era a de justamente romper com o formato monologal do discurso religioso, adotando uma perspectiva de diálogo social, dentro da qual os espíritas entrariam com uma das opiniões. Resguardadas as proporções, o modelo era muito semelhante ao “25a. Hora”, transmitido pela TV Record. As discordâncias internas na Federação Espírita do Estado de Goiás provocaram, no início de 1997, uma mudança total no quadro de direção do setor de comunicação da instituição, e o programa mudou sua denominação para “Espaço Espírita”, passando a adotar o modelo de falsa entrevista, em que espíritas conversam entre si sobre temáticas tipicamente espíritas.

Um fato semelhante ocorreu também na Rádio Aliança. Durante o ano de 1995, essa emissora colocava no ar todos os dias úteis, às 15 horas, um programa de debates às segundas feiras que, por coincidência, também se intitulava “Espaço Aberto”. Nela, o diretor à época, Carlos ..., debatia com não-evangélicos diversas temáticas sociais, inclusive controvérsias religiosas, para as quais convidava membros de outras correntes. A política programática desse diretor entrou em choque com a da Transmundial, proprietária da emissora, e ele foi afastado, ocupando o seu lugar o pastor Oziander ... , que adotou um formato mais monológico de discurso religioso, passando a evitar toda e qualquer controvérsia religiosa no espaço programático da Rádio Aliança.

discurso *lúdico*, que é “... aquele que tende para a total polissemia, em que a reversibilidade é total e em que o objeto do discurso se mantém como tal no discurso”.

12. Programação e jornalismo: a notícia nas programações

Este não pretende ser um capítulo sobre jornalismo, mas sobre programação jornalística, razão pela qual não será extenso e deixará de abordar vários ângulos desse tema, por não terem interesse direto na pesquisa programática. As análises sobre jornalismo no rádio e na televisão raramente consideram que, ressaltado até certo ponto o caso do formato *all news*, a programação da emissora condiciona e, por vezes, modifica o sentido da linguagem e da informação jornalísticas. Delinear alguns desses condicionamentos é o propósito deste capítulo.

A notícia, como categoria da comunicação social, é historicamente anterior ao rádio e à televisão, e, portanto, às programações. Isso faz com que a sua emergência como parte do modo de funcionamento deste objeto, em grande sentido, um movimento de interdiscursividade que não pode ser depreciado. Quando foram criados os formatos em rádio e televisão, neste século – e criados de forma pragmática, sem as elaborações teóricas explicativas e justificadoras, que só apareceram depois –, a notícia e os demais gêneros do jornalismo já tinham adquirido estatuto próprio, construído nos periódicos regulares da esfera pública burguesa européia. A conformação estrutural da instituição de comunicação social, caracterizada pelo formato produtivo industrial, racionalizado, hierarquizado e especialista, já havia se desenvolvido.

A apropriação da notícia pela nova instituição comunicacional, contudo, não poderia se dar sem alterações qualitativas importantes, seja no condicionamento técnico da notícia enquanto gênero da comunicação social, seja no modo de funcionamento da própria instituição de comunicação social. Dentre as modificações relevantes, podemos citar, como principais:

- a reconstrução paulatina de sua prática discursiva, adaptando-se às condições técnicas da fala e, posteriormente, à presença hegemônica da imagem, não mais como mera ilustração e sim como componente fundamental do sentido;
- a introdução de elementos sonoros e visuais gravados ou produzidos em estúdio (a partir do rádio de guerra da Alemanha nazista, durante a Segunda Guerra Mundial), criando a impressão espetacular de presença que diferencia a condição narrativa do discurso;
- a criação do conceito de monopólio estatal do éter e de sua utilização em regime de concessão, como forma legal de controle da propriedade e utilização instrumental de suas possibilidades comunicativas em função de interesses políticos e econômicos específicos;
- a diferenciação das relações internas de trabalho na produção da informação, passando a incluir novos e até então inexistentes funções especializadas, relativas à utilização das tecnologias eletrônicas de captação, diferenciação e emissão de sons e imagens;
- a profunda alteração no modo de relacionamento público com a notícia, que, além de dispensar relativamente os processos de alfabetização para ser compreendida, passa a reconstruir uma esfera pública sob novas condições, inclusive pela apropriação também interdiscursiva e intertextual – e, portanto, vinculadas a uma racionalidade própria – de gêneros e formatos da representação teatral e da música; e, por fim,
- a criação dos conceitos de *programa* e *programação*, que passam a relativizar a importância do jornalismo, transformando-o em apenas um dos gêneros da nova discursividade da comunicação social, o qual, embora dotado de espaço

privilegiado e prestigioso, nem sempre se constitui como hegemônico ou fundamental, apesar dos benefícios e das exigências que lhe dão diversas legislações específicas.

A programação é o lugar em que ocorre essa negociação de sentidos. O sentido da programação absorve, sem assumir completamente, os vínculos e compromissos da narratividade jornalística, enquanto pretensão de espelhamento discursivo do real. A programação é uma espécie de continente, que deve ser percebido de modo processual, dentro do qual os formatos jornalísticos se inserem de maneira diferenciada, como um gênero histórico próprio e, portanto, como estruturante, mas que se torna com o tempo estruturado em face das novas condições criadas pela forma programática na qual se institui a comunicação social.

Por essa razão, o jornalismo de rádio e televisão, ao se adequar às novas condições de constituição de seu discurso, assume novas modalidades, emprestando à informação características que requalificam conteúdos e formatos – não sendo correto separar tais categorias, que são intercondicionantes. Dentro da programação, devido à forma histórica como o rádio e a televisão se desenvolveram, os gêneros informativos tornam-se marcados pelo conflito ainda irresolvido entre três racionalidades díspares: as lógicas do jornalismo, do *business* e do show, o que implicou conflitos e controvérsias importantes, embora às vezes marcadas pelo exagero, em torno de questões como a objetividade, o marketing e o espetáculo, fazendo emergir as pressuposições e teorias sobre o poder e a capacidade de manipulação das instituições de comunicação social, que apenas agora, com a fragmentação e a interatividade propiciada pelas novas tecnologias e com a emergência das pesquisas qualitativas de recepção, começam a se estabelecer dentro de condições teóricas de intersubjetivismo, atentas para a pluralidade de agentes e relações movimentadas dentro dessa nova e ampla esfera pública.

A questão do tríplice conflito de racionalidades, no âmbito do jornalismo brasileiro, esteve no cerne das discussões ocorridas nos dois últimos seminários internacionais promovidos pela Revista Imprensa: o II Seminário Internacional de Radiojornalismo, realizado entre 16 e 18 de junho último, no Centro de Convenções da PUC de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul (Imprensa, 1997), e o IV Seminário Internacional de Telejornalismo, ocorrido de 26 a 28 de outubro passado, no Centro de Convenções da Bahia, em Salvador (Imprensa, 1997a). A escolha desses dois eventos, como fonte de exemplos para este trabalho, se deve justamente ao fato de terem agremiado os diversos interesses implicados nessa conflitualidade: o interesse das empresas de comunicação social, o dos jornalistas e realizadores artísticos, e o dos homens de marketing vinculados à venda dos produtos e serviços de comunicação social.

A solução pressentida dessa conflitualidade, no campo dos debates profissionais (em que os pressupostos são sensivelmente diferentes aos da discussão acadêmica), parece tender a uma **aliança demarcada do jornalismo com o *business*, no combate, até onde for possível ou pelo menos no plano da retórica, ao show**. Aliança porque o jornalismo no rádio e na televisão – sendo discutível se é possível nos próprios jornais impressos da atualidade – não pode subsistir independente dos fenômenos de audiência. Uma das noções fundamentais historicamente construídas para o jornalismo foi a de sua independência em relação à sua clientela específica. Afirmo Mauro Wolf (1985, p. 219) que

“os jornalistas têm à sua disposição dados e pesquisas sobre a composição, os hábitos e as capacidades do público a quem se dirigem, mas o conjunto desses conhecimentos não parece, de facto, incidir muito nos procedimentos produtivos nem ser muito apreciado. Os dados considerados mais significativos relacionam-se, provavelmente, com a compreensão, com a capacidade do público de fazer frente às dificuldades em compreender os termos usados nos noticiários: isso

reforça, efectivamente, não só a necessidade de se ser claro e simples, mas também a imagem de pedagogo e de tutor que se atribui à profissão, o que representa, portanto, uma reafirmação da sua utilidade social. Mas, para além desses limites (algo restritos), a questão torna-se problemática: com efeito, qualquer outro conhecimento acerca do público transforma-se em fonte potencial de restrição à autonomia profissional do jornalista e, por consequência, é um factor de perturbação”.

Nos debates profissionais, contudo, essa questão tem comparecido de forma obrigatória, motivada, aparentemente, pela introdução decisiva da visão altamente instrumental dos administradores e homens de marketing, não raro em lugar dos especialistas em comunicação social, como foi o recentíssimo caso da substituição de José Bonifácio Sobrinho, o Boni, na Rede Globo, por Marluce Dias da Silva, uma administradora profissional. Numa reportagem de capa sobre “o novo regime” na maior empresa de comunicação social da América Latina, a Revista Exame (17 de Dezembro de 1997) indaga, sem meios termos, se a executiva “pode dirigir a Globo sem entender muito mais de programação do que um telespectador” (Exame, 1997, p. 106).

O discurso, porém, é cada vez mais conciliador. Em Salvador, o atual diretor da Central Globo de Jornalismo, Evandro Carlos de Andrade, admitiu que ocorre com o jornalismo um movimento contraditório: “... ao mesmo tempo que (...) vai ganhando mais e mais credibilidade, persiste a desconfiança de que o noticiário é manipulado”, um estigma que ele atribui a uma certa origem panfletária da imprensa, em que os donos de jornais conduziam o noticiário de forma a beneficiar carreiras políticas e causas pessoais. Entretanto, asseverou ele, os telejornais estão entre os programas de maior audiência, sendo que, no Brasil, três, dos cinco programas com maior público, são jornalísticos. “O Jornal Nacional, com média superior a 40% dos aparelhos ligados, é assistido diariamente por cerca de 30 milhões de

peessoas” (Imprensa, 1997a, p. 50). A vinculação do jornalismo à audiência num sentido mercadológico aparece clara em declarações como a de Heródoto Barbeiro, gerente regional de Jornalismo do Sistema Globo de Rádio/SP: “A sobrevivência do rádio depende do *business*. Sem ele, não há programação, *talk show* ou *news*. Em suma: sem negócio, não há jornalismo” (Imprensa, 1997, p. 79). Do outro lado da questão – o lado *business* –, o diretor de Marketing da Rede Bandeirantes de Televisão, Wagner Yoshihara, esclarece o lugar do jornalismo na zona de interesses estratégicos do marketing: não diretamente a audiência, mas o prestígio: “Normalmente é o segmento da grade de programação que consegue a performance mais interessante. (...) ... graças à sua credibilidade e independência, é mais importante do que a audiência, mera e simplesmente” (Imprensa, 1997a, p. 56). E o âncora do *Jornal da Noite*, Sérgio Rondino, emenda, sem torneios, que, como qualquer outro órgão da imprensa, o negócio da televisão é vender informação, mercadoria que só será comprada se tiver qualidade, se for confiável, se o freguês acreditar e gostar dela: “Se você achar que sua mercadoria é muito sofisticada, que tem poucos fregueses, pouca audiência, opte então por uma informação mais popular, com carros de política correndo pelas ruas, invente casos dramáticos, misture com mulheres nuas e leve ao forno em fogo brando”. Ele pontua, contudo, que isso não vale a pena, pois “... seria também um mau negócio, pois (...) um ibope maior de mau jornalismo vem sempre acompanhado de um baixo faturamento comercial” (idem, ibidem).

Nem tudo, assim, parece perdido, e o discurso de aliança entre jornalismo e *business* tende para a solução programática da demarcação, configurada na prática purista de separação explícita, por meio de vinhetas e demais artifícios técnicos, inclusive pela interdição de formatos, entre as inserções jornalística e publicitária. No evento em questão, a temática da separação entre jornalismo e publicidade foi abordada por Gilberto Leifert, diretor de Relações com o Mercado da Rede Globo, para quem as fronteiras nesse sentido são tênues e

“a credibilidade do jornalismo e do intervalo comercial depende decisivamente da prática sincera e permanente de padrões éticos” (Imprensa, 1997a, p.56-7).

Os “padrões éticos”, porém, não se restringem à demarcação programática nítida, mas também a uma reavaliação – que está longe de ser de fato feita – das próprias condições de produção da notícia. A estruturação cada vez mais profissionalizada, do ponto de vista administrativo, das relações de trabalho condiciona a informação a um regime de predeterminação, cuja importância tem sido cada vez mais relevante para a compreensão do sentido do jornalismo nas programações de rádio e televisão. É o que percebe, por exemplo, do alto de seus 50 anos de exercício do jornalismo político, o analista Villas-Boas Corrêa: “Hoje onde há notícia, o jornalista não está; e onde há jornalista, não há notícia. O que ocorre é que o pauteiro é quem escolhe o tema da cobertura, coloca algumas pessoas para checar a informação, por telefone, e o jornalista sequer sai da redação” (Imprensa, 1997a, p. 54).

Daí para o jornalismo do espetáculo e da peripécia, é um passo. E o uso social da televisão e do rádio como entretenimento aparece como um forte reforço nesse sentido. Ou, como afirmou naquele mesmo evento o editor de assuntos internacionais da BBC de Londres, John Simpson: “o meio encoraja o espetáculo puro, em detrimento da informação e da credibilidade” (idem, ibidem, p. 52). Ou, ainda, conforme o correspondente Silio Boccanera: “É uma tentativa de comover o telespectador de qualquer maneira, pelo choque, pelo sofrimento, pela compaixão... até porque, sobretudo, o brasileiro é muito emotivo e há uma tentativa de explorar essa característica natural nossa” (idem, ibidem, p. 53). É, também, essa a visão de Paulo Henrique Amorim, em suas críticas ao Jornal Nacional que, segundo ele, “tenta fazer um *Fantástico* por dia, o que pode ser bom, do ponto de vista de audiência e de faturamento, mas não é para o jornalismo” (idem, ibidem, p. 53).

Críticas à parte, as distâncias entre as lógicas instrumental do marketing, estética do entretenimento e discursiva do jornalismo aparentemente caminham para um jogo que se

resolve, ora na demarcação, ora na interpenetração, de seus sentidos, constituindo a programação essa zona processual de lutas e (nem sempre) consensos, num regime de interdependência e ambigüidade, que, como supusera acertadamente Jürgen Habermas, tem um pé no sistema e outro no mundo da vida. Nessas condições, as programações estruturam a linguagem jornalística de forma peculiar, conforme a linha que assumam. Nas observações desta pesquisa, além da verificação óbvia das diferenças de linguagem e ritual produtivo entre a televisão e o rádio, três sentidos fundamentais foram observados: primeiro, a notícia em emissora não especializada em notícia, condição em que a informação se adequa à programação, assumindo uma conformação específica em razão dos sentidos globais; segundo, a notícia em emissora especializada em notícia, situação em que a programação se adapta à informação, assumindo procedimentos singulares em razão dessa linguagem específica; e, terceiro, a notícia em emissora não interessada em notícia – que, com alguma licença, pode ser considerado um caso do primeiro tipo –, condição que tende a desqualificar o formato noticioso, em função dos sentidos programáticos predominantes, quase sempre determinando a extinção dos limites entre as lógicas anteriormente presumidas.

Há exemplos típicos dos três casos, especialmente na radiofonia, pois as variedades em TV são mais difíceis, já que, com a conformação da televisão em redes centralizadas, restou para as emissoras locais principal e às vezes exclusivamente o jornalismo de província, o qual, com raras e nem sempre honrosas exceções, é trabalhado de maneira bastante semelhante, de uma para outra emissora.

A Rádio Executiva FM é um caso típico de emissora não especializada em notícia, mas que tem interesse em alguma forma de relato jornalístico. Apesar de seguir até hoje em grande sentido fiel à herança da antiga Rádio Musical, cuja veiculação fora exclusivamente de música orientada para consultórios e salas de espera, não é verdade dizer que a Executiva é uma *all music*, por conta da quantidade de programetes informativos – a maioria terceirizados

– constantes em sua programação, como também pelo proveito que tira da estrutura de produção noticiosa da Organização Jaime Câmara, sobretudo o Jornal O Popular e a Rádio CBN-Anhanguera.

A noção de inserção noticiosa não por causa da informação, mas para angariar prestígio para a emissora não parece estar muito longe da realidade. Entretanto, o sentido que se deve realçar¹⁹ é o da adequação formal da informação à política geral da programação, ou o que chamamos de “formato vinculado”. Nesse modelo de emissora (musical de baixa estimulação e segmentado para a classe média adulta), a fala é praticamente ilustrativa e, por isso, a notícia perde quase inteiramente o seu caráter informativo, ganhando a dimensão de sinal sonoro para conexão e reconexão com a audiência. Numa programação como essa, o noticiário entra recortado, fragmentado, distribuído como sinais sonoros rápidos, ao longo da programação. A notícia é apresentada fora de contexto, fragmentada; seu formato é rápido, quase manchettato. Nos casos de programetes, cujo conteúdo informativo é vinculado à apresentação de músicas, essa característica se aguça, passando a ocorrer a evidente marcação de diferença da inserção musical habitual da emissora, na qual haverá fala, dentro do interesse específico de marcar o destaque. Não há qualquer pretensão educativa e poder-se-ia questionar se há informação relevante: o texto é integralmente posto em função da música. Sua intenção é, novamente, instaurar o contato do ouvinte com a programação: mais um sinal sonoro, portanto, do que uma pretensão tipicamente ou hegemonicamente jornalística. E é dentro desse limite que se constrói o ouvinte imaginário das notícias da Executiva, que são produzidas pelos profissionais ligados à CBN, cujo diretor, Marcos Eduardo Villas-Boas, assim define: “Trata-se de um público exigente, que busca informação, mas que não quer detalhes, como os que a CBN põe no ar. A CBN dá a notícia e a repercussão da notícia. A

¹⁹ Fizemos algumas considerações iniciais nesse sentido, e já abordando especificamente a Rádio Executiva FM, em nossa contribuição à obra *Jornal: da forma ao sentido*, de Maurice Moillaud e Sérgio Dayrell Porto (Signates, 1997).

Executiva notícia, mas de modo mais sucinto, pois seu público é menos politizado, apesar de bem informado. Esse é o perfil das pesquisas”.

A CBN é o caso típico de emissora especializada em notícia. Aliás, nesse caso específico, as observações dirigidas a este trabalho levam à conclusão de que, ao contrário do que afirma o seu *slogan* (“A rádio que toca notícia, só notícia”), não é exatamente verdadeiro que a notícia, enquanto gênero particular do jornalismo, seja o forte da emissora, e sim o gênero entrevista. Mais do que um *all news*, a CBN, mesmo estreitamente vinculada ao factual, desenvolve um modelo próximo do *all talk*, ou, talvez mais precisamente, um *talk news*. Nesse sentido, a programação se adequa ao formato jornalístico, assumindo-lhe os modelos e estilos. Ao se especializar completamente, ocorre, como já se teve, neste trabalho, oportunidade de verificar, a desistência de outros sentidos em rádio, ou, como diz Marcos Villas-Boas: “Quem quer ouvir música, ouça a Executiva ou... não interessa qual rádio... Mas a CBN é referência. Quem se interessa por informação, liga na CBN, mas nosso público não ouve a rádio o dia inteiro: a média da CBN no Brasil é reciclar o público a cada hora e meia, mas em Goiânia nosso público se altera de 70 a 80 por cento, a cada 40 minutos a uma hora.”

Dessa forma, o objetivo deixa de ser a audiência e passa a ser um certo público qualificado e o prestígio angariado pela linguagem jornalística. E há critérios que buscam garantir isso. Com a repetição de notícias e reportagens de um para outro turno, pretende-se, além de otimizar o esforço produtivo pela multiplicação de inserções, dinamizar o contato com esse ouvinte diferente e inconstante dentro do circuito programático. E é a qualificação desse público, o que é procurado, na permanente conversão da nota – a unidade informativa convertida em lead – em *talk news*, ou seja, em entrevista e comentário. Esse movimento é assim definido por Marcos Villas-Boas:

“A segmentação no jornalismo é feita por nós pela transformação do fato numa tese: importante para a CBN não é o buraco, mas a política de manutenção de

asfaltamento. Nós vamos do micro para o macro. Procuramos dar ao fato um tratamento diferente: o assunto particular, que interessa a um grupo específico, é tratado de forma genérica, para que atinja a opinião pública. Se acontece um suicídio, a gente chama um psicólogo para discutir. A idéia é sair do mundo-cão, mas usá-lo como referência”.

Há ainda o modelo de emissora não interessada em notícia. Segundo o âncora Ruy Carlos Osteman, da Rádio Gaúcha, 20% das emissoras são de fato radiofônicas (evidentemente, no sentido de profissionais), as demais pertencem a seitas e políticos; e, “desses 20%, a maioria não faz radiojornalismo. Copiam, transcreem, não têm repórteres e não fazem investigações. A maioria é estúdio” (Imprensa, 1997, p. 84). A estatística de Osteman não cabe em Goiânia, onde pelo menos cinco emissoras AM e uma FM têm jornalistas contratados em seus quadros, e, das demais, apenas 4 são evangélicas. O “gilette-press” é, contudo, uma prática que ainda pode ser observada na radiofonia goianiense. Da amostragem desta pesquisa, destaca-se, nesse sentido, a Rádio Aliança, que apenas agora contratou um jornalista em seus quadros, mas que ainda trabalha com retransmissões, repetindo o sinal da Rádio Nacional de Brasília, nos horários jornalísticos daquela estatal. Fora do quadro amostral, destacamos a Araguaia, que não procede propriamente com a cópia de jornal ou a retransmissão pura e simples, mas também condiciona seu noticiário ao meramente pitoresco, de fofoca, arte, cinema, música, novela, com a exclusão de notícias políticas e econômicas. Por pertencer também à Organização Jaime Câmara, é a equipe da CBN que produz esse noticiário, que, para Marcos Villas-Boas, é assim porque a emissora agrega “público jovem, pouco exigente”.

No âmbito da programação informativa de televisão, em Goiânia, as três emissoras pesquisadas acompanham em termos proporcionais as diferenças e semelhanças já trazidas do jornalismo das redes às quais se vinculam. A TV Anhanguera é, sem dúvida, a mais

estruturada²⁰. A emissora tem oito equipes de reportagem externa pela manhã, oito à tarde e duas à noite, além de se dar ao luxo de manter uma equipe reduzida de plantão todas as madrugadas para cobrir eventuais emergências. Tais equipes se vinculam a uma estrutura de pessoal vinculada a duas editorias executivas, uma para a “cobertura factual”, de acompanhamento do dia-a-dia da cidade, que produz matérias para o *Bom Dia Goiás*, *Jornal do Almoço*²¹, *Globo Esporte* Edição Local e o 2a. Edição; e outra de matérias específicas, voltadas para a Coordenação de Emissoras do Interior, o *Jornal do Campo* e o Núcleo de Produção para a Rede Globo.

A TV Brasil Central situa-se, dentre as três pesquisadas, numa zona intermediária. São três equipes pela manhã, outras três à tarde e uma à noite, além de uma equipe, fixa, no Palácio das Esmeraldas ou onde estiver Maguito Vilela, “fazendo governador”, signo mais notável dos compromissos do jornalismo dessa emissora com seu agente patrimonial, o Governo do Estado. Esse pessoal, contudo, produz menos, embora não possa este trabalho garantir que há uma proporcionalidade entre equipes e quantidade de jornalismo feito, entre as televisões Brasil Central e Anhanguera. A responsabilidade do Departamento de Jornalismo da TBC situa-se em dois programas: a *Revista das Onze* e o *TBC Notícias*, a primeira prejudicada com o incêndio das dependências do rádio e da televisão, na madrugada de três de outubro último.

A menos estruturada é, sem dúvida, a TV Record, com apenas três equipes, mas segue uma rotina inteiramente diferente das demais, graças ao modo peculiar como repete o duplo formato de jornalismo da cabeça de rede. Há um pequeno jornal vespertino local, de 15 minutos de duração (18:45-19:00h) cuja denominação simplória evidencia a pequena

²⁰ O relato sobre as quantidades de equipes vinculadas ao jornalismo de cada uma das emissoras de televisão pesquisadas dizem respeito aos meses de agosto-outubro de 1997, e baseiam-se em declarações dos diretores de jornalismo de cada uma delas.

importância que lhe é dada – *Informe Local* – e o *Goiânia Urgente*, um programa transmitido ao vivo das 11 e meia da manhã às 13 horas, que é a coqueluche da emissora.

Trata-se, sem dúvida, de um programa atípico e inusitado, tendo em vista o modelo padrão do jornalismo de província na televisão. Um programa atípico, tanto por suas virtudes, quanto por seus defeitos: o *Goiânia Urgente* foi criado na década de 1980, quando a atual TV Record se denominava TV Goyá, e não fora ainda comprada pela Igreja Universal do Reino de Deus. Como não havia equipamento suficiente sequer para edição, o programa era feito ao vivo e todo fundado em entrevistas e denúncias. Célio Rezende, atual coordenador do programa, trabalhou nele nessa época, e conta, sem modéstia, que “foi em Goiânia que se inventou a ‘câmera nervosa’, esse negócio do cinegrafista acompanhar a correria do repórter, que o *Aqui Agora* e o *Cidade Alerta* utilizam, mas a gente fazia por absoluta falta de condição técnica”. Hoje, a emissora tem quatro ilhas de edição e o programa veicula VTs, mas a linha do improvisado retornou, com a retomada do *Goiânia Urgente*, com o mesmo nome e o mesmo bordão dos tempos idos: “Goiânia Urgente é a cidade inteira participando!”. O sentido de tradição é mencionado por Célio Rezende com a convicção de quem garante estar realizando algo completamente diferente:

“o pseudo-interativo nos outros lugares é ensaiado, é controlado. Quando eles escolhem quem vai falar, você já sabe o que ele vai falar. A nossa intenção com o Goiânia Urgente é transformá-lo numa tribuna: a tribuna do povo. O Goiânia Urgente é mais do que um programa hoje: ele é uma instituição”.

Para cumprir essa função de “tribuna do povo”, os realizadores do *Goiânia Urgente* passaram a adotar um procedimento padrão: todos os dias, no horário do programa, uma equipe se instala numa das praças centrais da cidade, a praça do Bandeirante, conexão das

²¹ Não é coincidência o nome do jornal de meio dia da Televisão Anhanguera. Denominado anteriormente de *Jornal Anhanguera*, a modificação foi feita para *Jornal do Almoço* a partir do homônimo da RBS, copiando-se

duas principais avenidas da capital, as avenidas Goiás e Anhanguera – um espaço que se torna ressignificado, redimensionado como espaço público pela mediatização proporcionada pela oferta da presença televisiva de câmera e microfone a demandas populares episódicas, porém significativas, tendo em vista a ausência de voz das camadas populares. E, de lá, interagem ao vivo com o público e com os profissionais e entrevistados em estúdio. O estilo do programa é baseado na denúncia e na queixa popular, bem aos moldes de programas similares no rádio, e, convenhamos, a fórmula nem sempre dá certo, descambando para o sensacionalismo, o denunciismo e, mais recentemente (ver capítulo 10, *O Estado e seus duplos*), culminando em suspeitas de interferência do governo estadual.

É interessante como esse tipo de TV proporciona oportunidades de voz a pessoas das camadas pobres da população, criando situações inusitadas de visibilidade para as irrelevâncias próprias do cotidiano, como o caso da senhora que foi à praça protestar no *Goiânia Urgente* pelo pagamento de uma galinha que ela vendera à vizinha, muito embora as reclamações, em geral, se dirijam a ausências da administração pública ou problemas com direitos do consumidor, mas sempre localizadas, personalizadas, concretas, e que, não raro, ocasionam momentos de solidariedade assistencialista, como o da “vaquinha” feita por Afonso Lopes, um dos apresentadores, entre entrevistados e técnicos, no dia 23 de setembro, para auxiliar uma senhora que a reportagem constataria estar passando fome por ser obrigada a cuidar sozinha da mãe inválida. Somente a interferência em forma de comentário ou, mesmo, reforçando a reclamação do cidadão, por parte dos âncoras ou repórteres, é capaz de “transformar o fato numa tese”, como se posicionara o diretor da CBN.

A reaparição do *Goiânia Urgente* se dá, desta vez, em uma situação programática diferente daquela da época da TV Goyá, pois, agora, condicionada fortemente pela presença desse tipo de jornalismo na Rede, na forma do *Cidade Alerta*. Não é, contudo, um jornalismo

inteiramente livre, seja porque a empresa é extremamente sensível às demandas do Estado – por depender dele –, seja porque há limitações oriundas do fato de a emissora pertencer à Igreja Universal do Reino de Deus, o que é perfeitamente previsível, embora tenha esta pesquisa tido enorme dificuldade de encontrar quem as admitisse ou revelasse, dentro das relações internas de produção e realização. Naturalmente, não se pode falar da Igreja Católica e de outras religiões no jornalismo da Record. Dayse Araújo, editora regional de jornalismo da emissora, relata que, ao contrário de todas as outras emissoras, a Record não cobre sequer as festas goianas tradicionais de origem católica, como a Procissão do Fogaréu, em Goiás Velho, ou a peregrinação e a festa de Trindade.

Há, também, restrições ao Carnaval, que foi reduzida este ano, pela primeira vez, com a permissão da direção de fazer reportagens sobre Escolas de Samba e alguns clubes, “mas sem *closes*”, revela a jornalista, confessando que “é um sufoco por jornal no ar, nessa época, pois a gente tem que inventar notícia”. Dayse Araújo tem expectativas de que essa censura termine, com a influência da vinda de Bóris Casoy para a Rede. Numa reunião promovida por ele em São Paulo, assim que assumiu, com todos os editores regionais no país, ele já garantiu que a retransmissora goiana cobrirá para a rede a Procissão do Fogaréu e a Festa de Trindade. Mas, para veiculação local, ainda não tem permissão. A julgar, contudo, pelo gênero de cobertura dado pela Rede Record à visita do Papa João Paulo II ao Brasil, no segundo semestre de 1997 (a emissora foi a única a não transmitir ao vivo a chegada do Sumo Pontífice da Igreja Católica, restringindo-se à citação no *Jornal da Record*), e as críticas feitas por Bóris Casoy à figura do líder religioso e à sua instituição, há motivos para se duvidar das esperanças de Dayse Araújo.

O jornalismo da Record também é orientado a tratar os evangélicos com condescendência: vez por outra, os eventos da ABC²² são cobertos pela área profissional; e Dayse admite que a equipe evita também entrar em campos de conflitos religiosos, como, por exemplo, reclamações populares feitas certa vez contra um templo da Assembléia de Deus, por estarem orando alto demais e, com isso, perturbando o sossego público, foram simplesmente ignoradas pela equipe de jornalismo, a fim de evitar conflitos com os evangélicos na emissora.

Os condicionamentos de variada espécie, dentro das emissoras, e visíveis em suas políticas de programação permitem enfatizar que o jornalismo no rádio e na televisão não pode ser tratado de forma isolada, avaliado apenas por seus próprios referenciais, sem o sério risco de incorrer o analista em reducionismos e preconceitos. As programações – e a teia de relações e negociações de sentido que a constroem – são processos condicionadores do jornalismo, razão pela qual as preocupações advindas do entretenimento e da publicidade permanecem imiscuindo-se no discurso informativo, o que torna obrigatória a inclusão, nas perspectivas de análise, das categorias programáticas para uma melhor compreensão do jornalismo e de suas relações com os demais formatos, linguagens e tendências da comunicação social.

²² Associação Beneficente Cristã, o braço assistencialista da Igreja Universal do Reino de Deus, cujos dirigentes atuais são candidatos a cargos políticos nas eleições de 98, com o apoio da instituição.

13. A construção do sentido da música na comunicação social

A problemática da música foi talvez o principal elemento motivador da busca, insistente neste trabalho, pela superação teórica de um estudo que se situasse tão somente nos terrenos político-econômico ou discursivo na construção de uma base interpretativa para as programações de rádio e televisão, sem negar completamente tais categorias. Desde o início, uma constatação empírica evidente se colocava, teimosamente, diante dos referenciais teóricos disponíveis: a de que a construção do sentido musical não pode ser absorvido pela análise dos fatores estratégico-instrumentais da esfera produtiva situada na indústria do disco e nas ligações de mútua dependência com as instituições de comunicação social, nem pela análise político-ideológica de seus componentes verbais, como, por exemplo, as letras das canções. Ambas essas categorias têm sua relevância particular em contextos analíticos próprios, os quais, entretanto, não são suficientes para apreender, sem grandes reducionismos, os complexos processos culturais da realização e da fruição estéticas, inseparáveis da experiência musical.

Por tal razão, este capítulo será obrigatoriamente mais extenso, embora de modo algum pretenda exaurir uma temática tão ampla e, por isso mesmo, diversos de seus pontos conterão a aparência de resumos ou resenhas de conteúdos bem maiores (por vezes, até, reiterando alguns pontos já abordados em outros lugares desta Dissertação), cujo propósito é servir de referencial para uma leitura mais densa do objeto empírico. Nesse sentido, procurar-se-á no início revisar rapidamente os sentidos filosóficos e sociais da música desde a Antigüidade até a contemporaneidade. Em seguida, ao se questionar o conceito de *indústria cultural*, propondo uma visão que abranja a complexa construção do sentido da cultura, entranhada nos processos capitalistas, mas igualmente reconstrutores dos mitos e do fruir

estético, o intento será revisitar os conceitos de modernidade e pós-modernidade, globalização e fragmentação, avaliando-os dentro da cultura musical brasileira e de suas relações com as demais, a fim de concluir pela passagem da vivência das sociedades tradicionais para a contemplação moderna e desta para a televivência e a revivência no contexto da transição pós-moderna. Nesse sentido, busca-se o desenvolvimento de uma abordagem capaz de romper com o caráter teleológico e unidirecional do pensamento social em comunicação e dar conta de perceber a dimensão artística das programações musicais de rádio e televisão.

13.1 – Conceituação filosófica: da revelação divina às técnicas expressivas

Nunca foi unívoca a construção do sentido da música.

A velha dicotomia fundada na Antigüidade grega e personificada em Platão e Aristóteles fundou pelo menos dois sentidos filosóficos principais atribuídos à música na civilização ocidental (Abbagnano, 1963).

Primeiro, música como revelação ao homem de uma realidade privilegiada e divina, que pode adquirir a forma de conhecimento e sentimento. Dentro desta visão, o objeto da música teria tido duas fases: a propedêutica, que parte da idéia de harmonia como característica divina do universo, versão pitagórica que descreveu a música como uma das ciências supremas, a ciência da harmonia, da ordem divina, do cosmos e, por conseguinte, como meio direto para se elevar no conhecimento dessa harmonia. Platão seguiu a tradição pitagórica de pensamento e atribuiu à música o quarto lugar nas “ciências propedêuticas” (logo após a aritmética, a geometria plana e do espaço e a astronomia). Essa fase persiste até a

Idade Média, época na qual a música constava entre as “artes liberais”, tornando-se, por influência de Santo Agostinho, um dos pilares da educação medieval. E uma segunda fase, mais recente, a romântica, para a qual a idéia fundamental é a de princípio cósmico, sendo a música a auto-revelação desse princípio em forma de sentimento, e que teve em Schopenhauer seu principal teórico, para quem a música está acima de todas as artes ou ciências, sendo o mais direto guia de acesso ao Absoluto e revelação imediata e direta da própria vontade de viver. Hegel define a música como a expressão do absoluto em forma de sentimento e como ponto central da representação que expresse o subjetivo como tal. A tradição idealista na filosofia da música prossegue em Kierkegaard, para quem a música encontra o seu objeto absoluto na genialidade erótico-sensual, como arte de expressar “os sentimentos” ou “as paixões” por meio de sons.

O segundo sentido fundado na Antigüidade define a música como técnica ou conjunto de técnicas expressivas, que concernem à sintaxe dos sons. É a Aristóteles, que devemos o reconhecimento da multiplicidade das técnicas musicais e dos usos, noção rejeitada por Platão (que critica os novos acordes nos instrumentos), Plotino, Schopenhauer e Hegel, para quem há uma *essência* de natureza universal e eterna na música, separável dos meios expressivos. Aristóteles considera, contudo, que a pluralidade das possibilidades técnicas é razão suficiente para se fazer uso de todas, objetivando um maior conteúdo moral. Este filósofo destaca três usos para a música: a educação, a catarse e o repouso ou alívio da alma e suspensão das fadigas. Tais conceitos sustentaram o desenvolvimento da arte musical, no sentido moderno do termo, cuja gênese acontece a partir do final da Idade Média. Immanuel Kant sintetiza o caráter sensório da música em dois jogos: o da beleza e o do prazer, isto é, como arte prazerosa e como arte bela. Na palavra *jogo*, fica implícita uma noção sintática multidirecionada da música (abertura para a livre busca de formas expressivas), fundamental para a construção de uma estética musical antiromântica, assentada na noção de que para a

estruturação musical não há necessidade de conteúdos exteriores à própria música, bastando unicamente os sons e suas conexões artísticas, razão pela qual a eufonia e o ritmo são os elementos essenciais da música. Tais conceitos, formulados por Eduard Hanslick em meados do século dezenove, instaurariam uma diferença entre a linguagem musical, na qual o som é um fim em si mesmo, e a linguagem comum, na qual o som é um signo. Uma visão da música como das técnica de expressão será, conforme Abbagnano (1963, p. 831), uma condição de possibilidade para o desenvolvimento da arte musical moderna.

“Ya que fue esa noción de música la que presidió, hacia fines de la Edad Media y en Renacimiento, la génesis de la música moderna, por cuanto se presentó desde el comienzo como búsqueda de técnicas expresivas, se puede entrever en ella la condición que garantiza a la música, también ahora, su capacidad de desarrollo.”

Se a formulação do sentido moderno de música, a partir da herança filosófica aristotélica, criou condições para o desenvolvimento estético, nem por isso o sentido atribuído à música prosseguiu o mesmo, dentro do século vinte. O impacto da expansão produtiva capitalista e a estruturação das interpretações científicas no âmbito das ciências sociais e psicológicas no contexto da modernidade significarão, para a construção do sentido da música neste século, uma série de novos rompimentos e, também, de novas fusões. Philip Tagg (1981, p. 6), por exemplo, se posiciona de forma radicalmente contrária à estética hanslickeana, ao tratar dos elementos de referência para a música, afirmando que a música se refere não somente a outras músicas, como também a eventos extra-musicais.

“... it is clearly absurd to treat music as a system of communication internally self-sufficient and hermetically isolated from the remainder of human experience, not least because changes in musical style can in a historical sense generally be found in conjunction with —

accompanying, preceding, succeeding (sic) — changes in society. This circumstantial evidence implies that music is related to events outside itself after all.”

Para este autor, a música é parte da comunicação não-verbal, que a criança desenvolve desde o nascimento, pela apreensão de ritmos e a vivência social com os sons. Nas sociedades industrializadas, a música assume sentidos diversos, vinculados tanto ao trabalho quanto ao lazer, incorporando dimensões tanto públicas quanto privadas, o que faz da música um objeto multidisciplinar por natureza. Philip Tagg pensa, por isso, que a contribuição de estudiosos não especialistas em música (“*non-musicologists*”) tem sido de vital importância para a compreensão do fenômeno.

13.2 – O valor artístico e dos critérios de legitimidade: modernidade e autonomização da arte

Afirma Renato Ortiz (1994, p. 183) que quando os sociólogos falam de cultura, usualmente se referem a dois conceitos fundamentais: a tradição e as artes, tidas como fontes de legitimidade social, numa visão weberiana vinculada aos diferentes tipos de dominação. A primeira, a tradição, traz consigo um enunciado relacionado ao sentido de paralisar a história, fundado no conceito de autoridade institucionalizado na memória coletiva. E as artes, por sua vez, referem-se a um universo culto, “superior”, constituído pela educação, o sentimento e a fruição artística. É evidente que tais noções não são suficientes para explicar a cultura contemporânea, em movimento globalizante, e, por conseguinte, a música produzida e fruída nesse contexto.

Entretanto, essas foram as categorias com as quais trabalharam a maioria dos teóricos da Escola de Frankfurt, ao tratarem de arte, comunicação social e cultura de massas, em especial Walter Benjamin e Theodor Adorno, cuja influência sobre a mentalidade intelectual deste século foi extraordinariamente significativa. Benjamin (1936, p. 5) cria o conceito de *aura*, ressignificando suas experiências com o haxixe, como signo da autenticidade e do reconhecimento da obra de arte, para fazer uma análise crítica do fenômeno da reprodutibilidade técnica, móvel da *desaturatização*, isto é, da desvalorização de seu *hic et nunc* (unidade da presença da obra artística no próprio local onde se encontra). Para ele, ao mesmo tempo que esse processo desencadeia o declínio da aura, já que as cópias, fundadas na estandardização, transformam o evento único num fenômeno de massas, a reprodutibilidade propicia uma possibilidade revolucionária, com a liquidação do elemento tradicional da herança cultural. A perda da aura implicaria ainda uma perda da função ritualística original da obra de arte, substituindo o valor de culto pelo valor de exibição, reforçado pelas técnicas de reprodução. Ao mesmo tempo que tal transformação implica a emancipação da obra de arte da existência parasitária de seu papel ritualístico, fundando o ritual secularizado do culto à beleza, a reprodutibilidade técnica propicia que a quantidade se torne qualidade, afetando a própria natureza do produto artístico, razão pela qual Benjamin (1963, p. 12) cita Brecht:

“Desde que a obra de arte se torna mercadoria, essa noção (de obra de arte) já não se lhe pode mais ser aplicada; assim sendo, devemos, com prudência e precaução — mas sem receio — renunciar à noção de obra de arte, caso desejemos preservar sua função dentro da própria coisa como tal designada.”

Na obra de Walter Benjamin encontramos uma visão ambígua, marcada pela preocupação antifascista relacionada à época de ascensão de Mussolini e Hitler (Konder, 1988, p. 67) e pela emergência do cinema. A decadência da aura significa banalização e

empobrecimento cultural, mas também anuncia possibilidades críticas. E a fotografia, inicialmente, e o cinema, sem seguida, são as marcas dessa transformação: obras de arte feitas justamente para ser reproduzidas, cuja técnica de produção funda sua técnica de reprodução. Como afere Leandro Konder (1988, p. 68):

“O público cinematográfico, de acordo com a avaliação de Benjamin, era capaz de unir o entretenimento à compreensão do sentido crítico dos bons filmes, quer dizer, era capaz de se distrair sem deixar de examinar aquilo que lhe estava proporcionando distração.”

Uma visão mais cética, praticamente niilista, viria em seguida, a partir de 1947, com o conceito de *indústria cultural*, de Horkheimer e Adorno e, no caso deste último, especificamente em relação à música. Este autor critica o caráter fetichista da música moderna, decorrente do fato de o valor de uso dos bens culturais ter sido substituído pelo valor de troca, assumindo este uma função integradora. Adorno fundamenta sua argumentação nas condições de produção da cultura de massas, responsável pela estandardização das formas e pela degradação do gosto a partir da vinculação da fruição artística à diversão e ao consumo, razão pela qual a arte se apresenta como mecanismo de integração social da consciência mediante a adaptação do cotidiano oferecido como paraíso. Para Adorno, a consciência musical hoje nada tem haver com o gosto artístico: gostar deixa de significar estado real e se torna reconhecimento do sucesso. A música ligeira, de consumo, não tem, portanto, o mesmo valor da música séria, cujo valor artístico lhe é intrínseco. O entretenimento culmina na morte da linguagem como expressão e o preenchimento do vazio do silêncio nas pessoas deformadas pelo medo, o cansaço e a debilidade. No fundo, ninguém é mais capaz de ouvir (Adorno, 1963, p. 166):

“... os ouvintes aprenderam a não dar atenção ao que ouvem, mesmo durante o próprio ato da audição.”

As formulações dessa fase da Escola de Frankfurt marcaram de tal forma a crítica aos “meios de comunicação de massa” que, ainda hoje, o senso comum parece trabalhar com os pressupostos sociais da primeira e mais simplista das hipóteses em teoria da comunicação — a da *agulha hipodérmica* — e de seus sucedâneos na tradição da pesquisa administrativa dos *mass media*, que atribuem uma extraordinária capacidade manipuladora aos “meios”, sobre uma massa supostamente atomizada, passiva e homogênea (Wolf, 1985, p. 20), embora, nos seus desenvolvimentos posteriores, tais escolas tenham passado a considerar as diferenças individuais demonstradas pelas categorias da psicologia social e do behaviorismo.

Os questionamentos atuais às construções teóricas de Benjamin e Adorno não se situam tão somente no âmbito dos limites da ação dos “meios” sobre os públicos, mas também na revisão teórica dos conceitos e da relação subsumida entre eles. Antonio Marcus de Souza (1995, p. 40), por exemplo, acha necessário questionar a relação entre declínio da aura e ritual, em Benjamin, e indaga: não será que a arte de massa, naquilo que possui de desaturizada, não vem construindo novos sentidos, inclusive para sua ritualização? Não há uma renascença do ritual em novas bases? Adriano Duarte Rodrigues (1993, p. 112) questiona Benjamin com os argumentos da experiência estética. Para ele, a irreprodutibilidade da arte não é necessariamente anulada porque a obra original pode dar lugar a uma multiplicidade técnica de réplicas, porquanto cada réplica pode proporcionar uma experiência estética original.

Com referência às idéias de Adorno, Adriano Rodrigues (1997) teceu considerações sobre o que ele denomina como o caráter impermanente dos chamados “efeitos de massa”:

“Podemos ter hoje efeitos de massa, mas não são fenómenos permanentes e homogeneizadores como os que verificamos por exemplo por ocasião da ascensão dos fascismos. Não creio que tenhamos hoje as mesmas condições históricas e culturais favoráveis ao desenvolvimento

de fenómenos semelhantes. O que o discurso mediático promove hoje são antes efeitos de massa efêmeros e ocasionais, que se desfazem no próprio momento em que eclodem.”

Nessa mesma linha, José Roberto Zan (1993, p. 88), ao questionar a homogeneização da indústria fonográfica, chama a atenção para a dialética da produção, afirmando que a sua aparente autonomização não elimina as tensões reproduzidas em sua articulação com a sociedade. Isso significa que, ao contrário do que pensava Adorno, mesmo controlando os canais de veiculação, a indústria cultural não é capaz de padronizar completamente os gostos e sentidos.

A crítica mais consistente, porém, àqueles teóricos partiu da própria Escola de Frankfurt. Jürgen Habermas, numa das raras vezes em que se refere aos “meios de comunicação de massa” em sua *Teoria da Ação Comunicativa*, concorda com a crítica da cultura, em Adorno, contra as esperanças de Benjamin sobre a força emancipatória da cultura de massas, mas o acusa de não ter uma idéia clara quanto ao *caráter ambivalente* do controle social exercido através desses “meios”. Segundo Habermas, as semelhanças estruturais entre “meios de comunicação de massa” (culturais) e meios de valor de troca (dinheiro), não podem ir tão longe, pois (1981a, p. 473)

“Whereas the medium of money replaces understanding in language as a mechanism for coordinating action, the media of mass communication remain depend on achieving understanding in language”. (grifo do autor)

A observação de Habermas pode ser o princípio da crítica ao principal reducionismo contido na teoria adorniana: a transposição pura e simples de categorias da esfera da economia (produção e consumo, principalmente) para as da cultura e da arte. Até que ponto o conceito de consumo é suficientemente explicativo para a análise de fenômenos passíveis de

ser considerados, ainda que parcialmente, no campo da fruição estética ou artística? Mesmo no âmbito da produção, podemos exemplificar com o trabalho do já citado José Roberto Zan (1993), que surpreendeu instâncias mediadoras no interior do sistema produtivo da indústria fonográfica, cuja função é a de intermediar a negociação de valores entre os interesses industriais das empresas e as possibilidades artísticas dos músicos (embora a recente penetração dos estrategistas de marketing esteja reduzindo a atuação e a importância desses atores). Sem desconsiderar as evidências do modo capitalista de produção e consumo, e dos fetichismos subjacentes que pode criar (ver Appadurai, 1990, p. 324), somente é possível uma formulação teórica válida para a assim chamada cultura “de massa” a partir de uma reflexão sobre estética e comunicação social, sem os simplismos e as aporias adornianas.

Adriano Duarte Rodrigues (1993, p. 103 e seg.) acentua que a modernidade, ao pretender uma expressão estética desmitificada do mundo e autônoma em relação à tradição, operou um esquecimento da relação entre a experiência artística e a experiência de vida. Para ele, a experiência da vida constitui o preenchimento por via simbólica do abismo entre o homem e as coisas, a si mesmo e aos outros, isto é, a elaboração de um sentido para a vida. E a experiência estética se vincula à comunidade dos sentidos, ou a faculdade integrativa da diversidade das percepções, razão pela qual, para esse autor, uma obra musical não é meramente auditiva, mas envolve o conjunto da percepção do seu mundo próprio. Como experiência autonomizada da modernidade, porém, a experiência estética, para Adriano Rodrigues, aparece como uma pretensão de acesso às formas puras do belo, da mesma forma como a experiência científica pretende atingir formas puras de verdade e a experiência ética busca a realização individual do bem. Então, de modo semelhante a que, por via da ciência, se propõe uma autonomia em relação às representações espontâneas do mundo, e, por via da ética, a autonomização em relação às prescrições morais da tradição, assim também por via da estética busca-se uma autonomia em relação à dimensão mimética da representação,

reportando-se, nesse sentido, às formas idealizadas as quais os gregos denominavam *eidoi*, autônomas em relação à figuração dos seres.

Adriano Rodrigues afirma que o reconhecimento da arte é o resultado aleatório de uma consagração fundamentada na luta discursiva pela legitimação do valor das obras no seio do mercado dos bens simbólicos, a que ele denomina *logomaquia*. A libertação da tradição, para Adriano Rodrigues, se efetua por meio da subjetivação, cuja natureza é ambivalente, processando tanto a progressiva autonomização do sujeito como instância última de legitimação do gosto, quanto a libertação do homem em face dos imperativos transcendentais e universais. O imperativo universal, então, se torna o homem como sujeito autônomo de sentido, fator que determina a consciência da sua solidão frente ao universo como a natureza trágica da consciência estética moderna e a expressividade moderna como metáfora (representação de algo ausente).

Hoje, contudo — ainda para Adriano Rodrigues —, houve a consumação do processo de autonomização da experiência estética em relação à vida. A arte tende a tornar-se *happening*, adquirir valor de puro acontecimento, uma performatividade de ação estratégica que se esgota na sua própria realização. Tal experiência, contudo, não é nova na história, jogando com reminiscências das experiências estéticas arcaicas, como o desenhar na areia, de sociedades tradicionais, até as formas autonomizadas modernas, nas quais se incluem o teatro, a dança e a mímica, fundamentadas no gesto efêmero que lhes dá origem.

Entretanto, um aspecto não considerado pelo pensador português é lembrado por dois estudiosos do rock: além de sua característica *happening*, de sua eventualidade, a arte contemporânea em muitos casos implica vivência, participação, implícita no processo de fruição. Antonio Marcus de Souza (1995, p. 43), de acordo com Benjamin, afirma que a arte de massa constitui a resposta à contemplação ritualmente conservadora da arte, e Paulo Pan Chacon (1982, p. 12), que insere na própria imagem do rock a prática da dança:

“Para entender o rock, é necessário não perder isso de vista. Ao contrário da música erudita, que exige o silêncio e o bom comportamento da platéia (imagine o papel ridículo de alguém que se levantasse em pleno Teatro Municipal para alcançar o tom de uma cantora de ópera ou gesticulasse como o maestro), o rock pressupõe a troca, ou melhor, a integração do conjunto ou do vocalista com o público, procurando estimulá-lo a sair de sua convencional passividade perante os fatos.” (grifos meus)

Essa característica especificamente corpórea da fruição musical típica da contemporaneidade relativiza o esquecimento percebido por Adriano Rodrigues, na construção de sentido da estética moderna, reconstituindo, em novas bases, a relação entre a experiência estética e a de vida, abrindo campo para toda uma nova reconstrução de sentidos míticos, especialmente quando o fruir se torna mediatizado na esfera comunicação social, como parcialmente propõe Mônica Rebeca Ferrari Nunes, para quem (1993, p.39)

“... os ritmos da cultura e da natureza subjazem, inconscientemente, à indústria do entretenimento.”

13.3 – A estética da pós-modernidade: globalização e fragmentação na arte musical

O conceito de pós-modernidade não é um conceito simples. Talvez não seja sequer um conceito. Trata-se de uma região obscura do pensamento ou um tempo da indefinição. Ernildo

Stein assume esse espanto ao admitir que o iluminismo acabou com o fim da crença nos poderes e capacidades da razão, mas que aquilo que o substitui passa a ser uma transição inacabada. “Somos seres do *não mais* e do *ainda não*”, afirma ele (1991, p. 25), mas também somos incapazes de suportar o vazio. Daí porque, ao seguir pelos caminhos complexos da pós-modernidade e, em especial, observar suas paisagens culturais e estéticas, este trabalho se posiciona no sentido do que Boaventura de Sousa Santos chama de *transição* pós-moderna. O espaço da perplexidade – cuja finalidade epistemológica é evidente no pensamento desse autor²³ – é, certamente, o lugar da indagação, em cujo contexto abre-se o caminho intuitivo²⁴.

Boaventura Santos considera que o projeto sócio-cultural da modernidade é rico em possibilidades, complexo e sujeito a contradições, e se assenta em dois pilares fundamentais: o da regulação e o da emancipação, ambos complexos e, cada um, constituído por três princípios. O pilar da regulação é constituído pelo princípio do Estado, do mercado e da comunidade, tendo em Hobbes, Locke e Rousseau, respectivamente, seus principais articuladores teóricos. Já o pilar da emancipação é constituído por três lógicas de racionalidade: a estético-expressiva da arte e da literatura, a moral-prática da ética e do direito e a cognitivo-instrumental da ciência e da técnica. Além disso, esses pilares e suas lógicas ou princípios são unidos por cálculos de correspondência. Assim, a racionalidade estético-expressiva se articula com o princípio da comunidade (idéias de identidade e comunhão, sem as quais não é possível a contemplação estética), a racionalidade moral-prática liga-se ao Estado e a cognitivo-instrumental, ao mercado.

²³, A presença heurística das “perplexidades” em Boaventura Santos estão no início de sua obra “Pela mão de Alice” (1995) e nas ampliações a elas, feitas na sua recente conferência em Brasília (1997). Neste trabalho, consideramos a perplexidade não apenas um outro nome da figura da “problematização”, dos manuais de metodologia, mas sobretudo uma postura do sujeito de verdade, conforme Badiou (1993), inserido numa situação de evento: o evento da transição pós-moderna.

²⁴ Jacob Bazarrian (1970) considera que a “intuição heurística” é fruto de uma solução subconsciente, que aflora no consciente, após este ter buscado acumular o máximo de conhecimentos práticos e teóricos a respeito do problema. É sintomática a correlação que esse posicionamento tem com uma vinculação do modo analítico-reflexivo hegemônico na epistemologia da modernidade ao modo estético-intuitivo da criação artística, que a vincula, de alguma sorte, à desistência parcial de uma racionalidade instrumental a outras formas de

Dessa estrutura de pensamento, Boaventura Santos constrói toda a sua análise do que ele distingue como sendo os três grandes períodos do capitalismo: o capitalismo liberal, que cobre todo o século dezenove²⁵; o capitalismo organizado (chamado por alguns capitalismo financeiro e por outros, capitalismo monopolista de Estado), até as primeiras décadas após a Segunda Guerra; e, por fim, o capitalismo desorganizado, o período que está em curso. Como o interesse deste capítulo está concentrado no campo da arte e da cultura, haverá aqui um recorte no pensamento de Boaventura Santos, acompanhando apenas suas considerações referentes à racionalidade estético-expressiva, constitutiva do pilar da emancipação.

O século dezenove é o período em que explodem as contradições do projeto da modernidade: solidariedade *versus* identidade, justiça *versus* autonomia, igualdade *versus* liberdade. Os ideais se chocam sem mediações e observam-se tendências tanto para o afunilamento do projeto, quanto para a sua aspiração de globalidade e de frutificação no cotidiano. No domínio da racionalidade estético-expressiva, Boaventura Santos identifica a separação da arte e da vida (já mencionada neste capítulo por Adriano Rodrigues), num processo de autonomização e especialização traduzido pelo elitismo de alta cultura, associado à idéia de *cultura nacional*, sob o patrocínio do Estado liberal. De tal movimento, Boaventura Santos distingue duas manifestações: o idealismo romântico e o grande romance realista: o primeiro, representando, de forma elitista, a vocação utópica da realização plena da subjetividade inscrita no projeto da modernidade (a crítica do instrumentalismo e da reificação, a saudade das origens, da natureza e da cultura popular); e o romance realista como representação de uma classe que desperdiça o potencial de se transformar numa classe universal.

racionalidade, postura característica de uma situação de transição pós-moderna, embora esta interpretação promova uma fuga do contexto teórico materialista dos argumentos de Bazarian.

²⁵ Boaventura Santos considera que o paradigma da modernidade, enquanto projeto sócio-cultural, só efetivamente se constitui a partir do final do século dezoito ou mesmo em meados do século dezenove, quando a especificidade histórica do capitalismo faz emergir e se generalizar um sistema de trocas caracterizadamente capitalista (1995, p. 78-9).

O segundo período é a idade positiva de Comte, que procura distinguir o que é possível e o que é impossível, para se concentrar no possível como se fosse único. Para isso, alarga-se o possível de modo a, num primeiro momento, tornar menor, e, num segundo, eliminar o déficit de cumprimento do projeto da modernidade. Para Boaventura, esse trajeto está simbolizado na passagem da cultura da modernidade para a idéia do modernismo cultural. O modernismo é a nova lógica da racionalidade estético-expressiva, representado pela culminância da tendência à especialização e a diferenciação funcional nos diferentes campos da racionalidade. O processo de afirmação da autonomia da arte (a arte pela arte) expressa a oposição irreconciliável entre a alta cultura e a cultura de massas, e, ao mesmo tempo, a sua *ansiedade de contaminação* com a política ou com a cultura popular ou de massas. Boaventura Santos menciona todos os movimentos vanguardistas do princípio do século: o futurismo, o surrealismo, o dadaísmo, o construtivismo russo, a *proletcult*, esmagados depois pelo fascismo e pelo estalinismo ou absorvidos pelo cânone modernista. E dá razão a Peter Bürger, que salienta (Santos, 1995, p. 87)

“... a vocação libertadora da vanguarda histórica dos anos vinte enquanto movimento que, pela primeira vez, adquire a plena autocompreensão do modo como a arte (...) funciona na sociedade capitalista.”

O terceiro período é o mais complexo porque está em curso, e se caracteriza pelo colapso de muitas formas de organização do período anterior. Boaventura Santos considera que a racionalidade estético-expressiva talvez seja a que melhor condensa as antinomias da presente situação e aquela em que são mais fortes os sinais de futuro. Diz ele (1995, p. 92):

“A alta cultura modernista esgotou-se e a afirmação de que tal não sucedeu é desmentida diariamente pela distração com que é contemplada ou pelo preço por que é comercializada.”

Ocorre a crítica radical do cânone modernista, da normalização e do funcionalismo, do expressionismo abstrato na pintura e do estilo internacional na arquitetura, e progressivamente assume a expressão de exaustão global no cinema, na música, no teatro, na pintura e na arquitetura. Esgota-se o projeto da modernidade, mas a pujança do capitalismo se alimenta desse esgotamento e se perpetua nele, desencadeando uma relação entre moderno e pós-moderno cujo caráter é eminentemente contraditório: não é de ruptura total, nem de continuidade linear, mas uma situação de transição.

É nesse contexto que se insere a mais caracterizadamente pós-moderna das formas musicais: o *rock*, até porque é hoje problemático defini-lo como uma simples “forma musical”. Como afirma Pan Chacon (1982), trata-se de uma maneira de ser, uma ótica da realidade, uma forma de comportamento. Steven Connor (1989, p. 149) declara que o rock é pós-moderno por analogia: sua genealogia interna imita as narrativas pós-modernas²⁶, na medida em que incorpora o grande paradoxo da cultura de massas contemporânea: a globalização de alcance e influência, e a fragmentação, expressa na tolerância e na criação de pluralidades de estilos, mídia e identidades étnicas.

Se concebido como o espírito dos movimentos musicais como o rock’n’roll dos anos 50, as grandes bandas de 60 e 70, os movimentos punk, new wave e outros, até a atualidade, será possível afirmar que o rock não é mais americano. Surge, é verdade, nos Estados Unidos, como uma superação branca da *pop music* da década de 40 (Frank Sinatra, Paul Mauriat, Ray Conniff), a partir da adoção do *rhythm and blues*, estilo negro do qual também originaram o jazz, o ragtime, o soul, etc., recebendo depois a influência da *country and western music* (Bob Dylan). Esse período inicial vai de Bill Halley a Elvis Presley, sendo que este último, conforme Paulo Pan Chacon, foi a descoberta do filão mercadológico propiciado pelo *branco-*

²⁶ Connor trabalha com a noção jamesoniana de *pós-modernismo cultural*: movimento além da história, na direção de um presente achatado, sem profundidade nem extensão, em que estilos e histórias circulam intercambiavelmente.

que-cantava-como-negro. A virada seguinte, encaminhadora do processo de internacionalização da cultura rock, acontece na Inglaterra, a partir da classe média baixa dos centros urbanos e principalmente de dois grupos: os Beatles e os Rolling Stones. Em meados da década de 60, a América derivava da contestação meramente visual/auditiva para a crítica social e política das canções de protesto (Dylan, Baez, etc.), enquanto os Beatles assumiam o estilo cristão-budista do tipo *flower power*. A separação dos Beatles, na virada para os 70, abre o movimento rock para o experimentalismo, que passa a viver uma fase de intensa fragmentação, sofrendo influência do jazz (Erick Clapton, Frank Zappa, ELP, Genesis, etc.) e mesmo da música erudita (indo desde o rock sinfônico do Yes e Rick Wakeman até as experiências concretistas e eletrônicas de Walter Carlos). Surge o *heavy-rock*, de Jimmy Hendrix a Black Sabbath e, depois, os movimentos *new wave*, *punk*, *dark*, etc., durante os anos 80, recebendo influências regionais, como do *reggae* da Jamaica e dos sons africanos, mas, também, sofrendo a ressemantização das tradições populares nos diversos países. O rock é o símbolo da cultura jovem globalizada e fragmentada, ao mesmo tempo cosmopolita e provinciana, em que o inglês das letras é curtido sem ser compreendido, porque se torna parte da sonoridade característica das canções.

Eric Hobsbaum, em seu festejado *A era dos extremos*, declara (1994, p. 178) ser uma questão obscura para o historiador cultural o fato de as artes terem uma espécie de caráter premonitório. Segundo ele, as artes previram o colapso da sociedade burguesa com vários anos de antecedência. Da mesma forma, Hobsbaum afirma (1994, p. 323) que a cultura que irrompe nos anos 50, com o jovem das classes médias e altas assumindo a música, as roupas e a linguagem das classes baixas, antecipou a corrida dos estudantes de classe média para a política nos anos 60/70. Tais observações do historiador inglês não podem ser tomadas como regra, mas não deixa de ser impressionante verificar como a cultura rock assume os paradoxos da pós-modernidade, quais sejam a capacidade de celebrar a paródia, o pastiche, a

multiplicidade estilística, a estética da versão, ou de articular identidades culturais alternativas e plurais de grupos à margem das culturas dominantes. Steven Connor (1989, p. 153) enxerga uma ambivalência nessa defesa da marginalidade cultural:

“... ambivalência que vem do fato de todos eles estarem tratando de bem-sucedidas histórias capitalistas, de formas de cultura que não são ocultas, invisíveis, marginais ou ineficazes, mas de ampla circulação e, com frequência, altamente lucrativas.”

A cultura jovem da atualidade é urbana e industrial e, ao mesmo tempo, representa a emergência de uma nova noção de sensibilidade e racionalidade. A importância da sonoridade, do pulso, do ritmo (daí a relevância da penetração da música negra) e da polissemia implicam um movimento de superação dos valores estéticos da modernidade utilizando para isso os recursos expansivos do capitalismo “desorganizado”. Qualquer alinhamento mecanicista ou vinculado às idéias de arte aurática, contemplativa ou tradicional assume o risco de não conseguir enxergar uma cultura que rompe com a relação espaço-tempo e celebra o presente desterritorializado. Qualquer observação que adote por objeto apenas a perspectiva do emissor ou da produção, desconsiderando os processos de recepção, ou consumo, ou fruição, caem no imperdoável reducionismo das teorias anteriores.

Além disso, nesta época de transições, vivemos não apenas a crise dos paradigmas, ou o rompimento com as verdades estabelecidas do racionalismo moderno. Em meio à crise, presenciamos a convivência dos paradigmas, num contexto de fragmentação e globalização que, se faz retornar, como afirma Appadurai (1990, p. 325), “as irmãs gêmeas do Iluminismo” — a dicotomia *universal e particular* — funde seus pólos e funda uma universalidade que não é a da democracia ou da igualdade, mas a da quantidade (Ortiz, 1994, p. 193), por conferir a seus objetos uma abrangência mundial, a partir de sua manutenção ressignificada no âmbito das culturas locais.

É essa ambigüidade que este trabalho pretende demonstrar, ao remeter esses referenciais para a cultura local brasileira e a comunicação social.

13.4 – A música brasileira: das festas para os media, um recorte geral

As artes, em geral, e a música, em particular, tinham diferentes funções, antes do processo de autonomização constituído na modernidade. Renato Ortiz (1994) fala de três funções: a religiosa, a política e a ornamental. Com o advento das sociedades industriais, entre os séculos dezoito e dezenove, a arte ganha independência das injunções políticas e religiosas e os critérios estéticos (a arte enquanto tal) torna-se a nova instância de legitimidade social, a partir da vinculação da cultura à dominação burguesa. A autoridade da grande arte burguesa tem origens estéticas e sociais.

Waldenyr Caldas (1987), porém, ao se referir à música e seus papéis, durante o ciclo do café, no Brasil, amplia essa configuração. Para ele, há nela as características lúdicas, de produção (os cantos dos mutirões), religiosas e como elemento agregador da comunidade, por meio das festas. Para explicar a variedade das tradições musicais no Brasil, Waldenyr Caldas trabalha com a noção de hibridismo cultural, referindo-se às influências dos índios e negros, já existentes no Brasil do século dezenove, e dos imigrantes portugueses, italianos e espanhóis que aportaram aqui nessa época. Dos portugueses, herdamos o recordado, a folia do Divino, a cana-verde e a festa de São Gonçalo; dos africanos, a congada, o batuque e o lundu; dos índios, o cururu, a catira e o cateretê; a tarantela é de origem italiana; e o fandango procede da Espanha. É quando esse hibridismo se vincula à emergência do rádio no Brasil, nos idos da

década de 30, que nasce, em São Paulo, a música sertaneja, primeira manifestação brasileira de música de mídia.

Numa visão bastante influenciada pelo conceito de indústria cultural, Waldenyr Caldas distingue a música caipira da música sertaneja. O corte epistemológico identifica na música caipira as características de sociabilidade (mutirões e festas), anonimato da composição, criação coletiva (incorporação ao folclore regional), acompanhamento vocal (cantorias coletivas), longa duração (maior monotonia), e componentes formais mais rítmicos do que melódicos (influência africana). Ao passo que a música sertaneja seria definida pelo seu objetivo de lucro, a introdução de uma formalidade melódica (sanfona, prato de metal, bateria, violão, guitarra elétrica), curta duração (três minutos, como exige a veiculação nos *mass media*), vinculação ao esquema das gravadoras e abordagem temática profana (amor, cidade, política, etc.). Caldas identifica também algumas identidades entre os dois tipos de música, como a região geográfica que abrange (Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais, São Paulo e Paraná), o público que alcança (zonas rurais e periferias das cidades) e a forma anasalada de cantar (introduzida, segundo ele, por Tonico e Tinoco em 1946, como uma estratégia de marketing).

As origens da música sertaneja são localizadas de modo bem específico e voluntarista: a iniciativa de Cornélio Pires, no final da década de vinte, ao introduzir a *moda de viola* nos primeiros momentos do rádio paulista. O primeiro disco, lançado em 1929, teve uma recepção indiferente na cidade, mas uma excelente acolhida no interior, o que gerou o interesse das gravadoras. Logo depois, a música sertaneja, àquela época recheada de declamações, falas de bichos e cantos de aves brasileiras, acabaria por fazer sucesso também na capital, ao atingir o público urbanizado decorrente do êxodo rural motivado pela crise de 29. A partir de então, novas duplas entrariam no circuito, algumas com forte identidade própria, como Alvarenga e Ranchinho, surgida em 1930, na Rádio Difusora de São Paulo, que introduziu a sátira política

no repertório e chegou a fazer cinema. A partir da década de 40, a música sertaneja sofre a primeira influência estrangeira, com a gravação de guarânias, e rasqueados paraguaios e de boleros mexicanos, por Raul Torres, ex-integrante da Turma Cornélio Pires. É dessa época canções como *Boneca Cobiçada*, *Índia*, *Paloma* e *Malagueña*, esta última a primeira a receber instrumento eletrônico. Waldenyr Caldas acentua, contudo, que essa influência não foi apenas sobre a música sertaneja, mas sobre o cancionero popular brasileiro em geral, durante toda a década de 50, fortemente marcado por boleros gravados por Nelson Gonçalves, Cauby Peixoto, Anísio Silva, Roberto Luna, Dolores Duran e outros. Uma tentativa de reação de tipo xenófobo aconteceu no final dos 50, com o movimento Tupiana, de Nonô Basílio e Mário Zan, que procurou “nacionalizar” a música sertaneja, sob o argumento de que estava sendo descaracterizada por ritmos “alienígenas”. O termo *tupiana*, criado por Oswald de Andrade, marcou a influência malsucedida de um nacionalismo tardiamente inspirado na Semana de 22, embora coerente com a movimentação política da época. As décadas de 50 e 60 seriam as que testemunhariam o direcionamento da música sertaneja para o meio urbano. A partir da década de 70, uma nova influência seria exercida sobre a música sertaneja que, segundo Caldas, marcaria a sua definitiva desvinculação da música caipira: a introdução, por Leo Canhoto e Robertinho, do estereótipo do *cowboy* americano, por influência da *country music* e, pasmem, dos filmes italianos de *bang-bang*. A narrativa de Waldenyr Caldas se encerra aí, sem se referir às festas de rodeio e exposições agropecuárias, eventos semi-urbanos completamente adaptados à mídia, e sem recuperar a sobrevivência da música caipira na zona rural e nas periferias das grandes cidades de Minas, Goiás e São Paulo, sob a denominação de *música de raiz* ou *sertanejo de raiz*.

O trabalho de Caldas é bastante informativo, mas fraco em historicidade, mesmo que admitamos uma evolução em relação ao tratamento que deu em sua primeira pesquisa sobre o assunto (1977), quando se manteve quase exclusivamente na análise ideológica das letras das

canções sertanejas, para concluir (1977, p. 145-6) com a identificação da função alienante dessa música pelo uso que a indústria cultural fez da música caipira, tendo por consequência a desagregação social do caipira paulista. Em seu primeiro trabalho, este autor igualmente conclui que a música sertaneja não pode ser enquadrada na categoria de arte, mas de “anti-arte, distanciada, desta forma, da sua verdadeira função social”. No trabalho seguinte, Waldenyr Caldas acentua que (1987, p. 77-8)

“... a música sertaneja de hoje não tem mais nada a ver (sic) com o meio rural, com o interior nem com o sertão. O seu público está indistintamente localizado no meio urbano-industrial e no interior. De sertaneja mesmo, sobrou apenas o nome. A rigor, ela hoje é uma modalidade musical igual à chamada música popular brasileira, produzida e consumida em qualquer lugar. A única diferença real (...) é a seguinte: a música sertaneja é produzida por compositores e artistas de recursos técnicos e culturais limitados. (...) ... é também a ‘música proletária’. Pelo menos em termos de consumo e não de discurso político.”

O debate sobre a indústria cultural e a cultura de massas no país ainda é atual. Para Renato Ortiz (1988, p. 38), somente a partir da década de 40 é possível se falar em cultura de massas no Brasil, traduzida como cultura de mercado. O rádio, existente desde os anos 20, vivia uma fase de experimentação, suportado mais no talento e na personalidade dos seus executores, do que numa mentalidade empresarial. O país passava pelo que os economistas denominam *industrialização restringida*, isto é, a expansão do capitalismo só fora promovida em determinados setores, daí a insipiência de uma *indústria cultural* brasileira. Ortiz considera que o conceito de Horkheimer e Adorno dificilmente se aplica à sociedade brasileira, porque aqui faltou algo essencial a essa noção: o seu caráter integrador, advindo da

idéia de um centro irradiando de forma autoritária a uma sociedade atomizada. É, contudo, óbvio que o conceito de indústria cultural não tem apenas problemas de aplicabilidade, mas também de pressupostos teóricos.

No Brasil, a centralização iniciada pela Revolução de 30 e fortalecida pelo Estado Novo era fundada no localismo. Vargas não erradicou as elites oligárquicas, mas simplesmente redimensionou a balança do poder político. O esforço de integração nacional era uma discussão concentrada no Estado e de inspiração fascista, atuando sobre a educação e o controle das instituições de comunicação social. Afirma Caparelli (1982, p. 80) que Getúlio Vargas foi o primeiro governante brasileiro a perceber a importância do rádio, estabelecendo mecanismos de censura e requisição de horários para a propaganda política governamental. Apesar disso, no que diz respeito às restrições impostas pelo DIP sobre os “meios”, esse intervencionismo (que atingiu a mais prestigiada emissora da época, com a encampação da Rádio Nacional em 1940) não afetou de forma negativa o crescimento da radiofonia comercial. A publicidade, as pesquisas de opinião (criação do Ibope), a radionovela, o sucesso das cantoras e cantores do rádio e, até, a permanência do humor durante a ditadura Vargas (Alvarenga e Ranchinho, perseguidos pelo DIP por satirizarem Getúlio, somente foram deixados em paz depois de uma apresentação o próprio ditador, no Palácio do Catete) fizeram das décadas de 40 e 50 o que ficou convencionado chamar de “idade dourada” do rádio. Como testemunha Alcir Lenharo (1995, p. 135):

“Desde os anos 30, o rádio convertera-se no epicentro da cultura de massa no país. Um conjunto diversificado de meios produtores de cultura encontrou no rádio um ponto de convergência e apoio. Depois do fechamento dos cassinos, o implemento do teatro de revista e das chanchadas cinematográficas formam com o rádio um tripé básico da produção massiva de cultura, mas o rádio sempre manteve um papel

mais abrangente e concentrador. Ao redor desse tripé gravitaram a indústria do disco, editoras de músicas, as revistas especializadas, a publicidade.”

De fato, é o rádio que vai servir, até certo ponto, de elemento de integração nacional no Brasil. Até certo ponto, pois, como revela Juarez Brandão Lopes, citado por Renato Ortiz (1988, p. 47), a abrangência do rádio era ainda bastante fraca, nas décadas de 40 e 50, se comparada com a extensão de cobertura do sinal televisivo hoje. De qualquer forma, a radiofonia — especialmente a sustentada pela Rádio Nacional — seria uma das principais responsáveis pela criação da idéia de nação no imaginário popular brasileiro (Haussen, 1993). No campo da música, acontece uma queda da música sertaneja, como vimos, pela interferência dos ritmos mexicanos e paraguaios, mas isso não significou um “estrangeiramento”, pois essa também foi a época da ascensão do carnaval, a festa popular surgida no Rio de Janeiro dos anos 20 e instituidora do samba, estilo musical que também adquirirá outras conotações com a presença do rádio (Hobsbawn, 1994, p. 196). Alcir Lenharo (1995, p. 143) se baseia em Bahktin para dizer que o Carnaval constituía

“... o triunfo de uma liberação temporária da verdade dominante, ou, no mínimo, uma alegre relativização dessas verdades e o poder de quem as proclamava. Relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus eram sacudidos pelo espírito regenerador e subversivo que tomava conta da festa, que introduzia uma concepção de mundo marcada pelo primado dos instintos, e que invertia a lógica original das coisas, revendo-as pelo seu avesso. Quase todas as festas religiosas, assim como cerimônias e ritos civis sofriam intensa carga do riso crítico e lúdico do Carnaval.”

A música carnavalesca foi um dos grandes celeiros de novos compositores e canções. O bolero alimentava a indústria das versões, ao lado de tangos, rumbas, racheiras e guarânias,

mas deve-se acrescentar a esse leque o baião, o xote, o samba-canção, o chorinho e a valsa, para delinear o perfil musical dos anos 50. É o tempo das *estrelas do rádio*, tempo de Nora Nei, Lana Bittencourt, e, também, dos reis: Luiz Gonzaga (Rei do Baião), Carmélia Alves (Rainha do Baião), Ademilde Fonseca (Rainha do Chorinho) e Carlos Galhardo (Rei da Valsa). E tempo de artistas que passem pelos diversos gêneros, como Emilinha Borba e Ângela Maria, cada qual com seu fã-clubê.

Somente no final da década de 50, a música norte-americana começaria a despontar por aqui. A *onda jovem* começava por influência da *pop music*, de Paul Anka e Neil Sedaka, apesar de Bill Halley ter estado no Brasil e Elvis Presley também pontuar nas paradas de sucesso. As primeiras versões brasileiras foram Celly Campello e Sérgio Murilo. Na onda da *pop music*, surgiria na década de 60 a Jovem Guarda, com Roberto Carlos e os “brasinhas”, enquanto que a influência do jazz e da música erudita de vanguarda encontraria nas classes médias altas as condições para o surgimento da Bossa Nova. Segundo Renato Ortiz, a Bossa Nova incorpora elementos que dizem respeito à racionalidade da sociedade e ao mercado, e, por seu esforço de pesquisa sonora, agremiará a preferência dos eruditos (1988, p. 106):

“É compreensível o interesse que os músicos eruditos têm pela bossa nova, eles valorizam esse movimento musical na medida em que está ligado a um esforço de pesquisa sonora mais sofisticado que rompe com os padrões do passado, propondo um novo ritmo, uma nova forma de arranjo, uma outra maneira de cantar, um ‘canto falado’ que distancia do ‘dó do peito’. Por isso eles a comparam à música de câmara.”

Do experimentalismo brasileiro surgiria também a Tropicália, que, segundo Paulo Pan Chacon, seria o estilo que iria conduzir o rock brasileiro até a entrada da década de 70, e que, conforme Roberto Schwartz (Souza, 1995, p. 68), iria construir uma alegoria do Brasil

patriarcal e urbano por meio da música eletrônica, uma estética de inspiração modernista. Ao mesmo tempo, e já sob os coturnos do golpe de 64, Caetano, Gil, Chico Buarque e Geraldo Vandré, buscariam uma postura crítica, no projeto de uma nova MPB, que se estenderia pelos anos 80. Como afirma Walnice Nogueira (Souza, 1995, p. 70), a nova MPB buscava, numa linha intimista, a construção de um projeto de dizer a verdade sobre o país, mas, na tentativa, ergue uma nova mitologia: a do “dia que virá”, que desvia do homem o papel de sujeito da história e faz uma proposta imobilista em torno da canção (“o que resta é cantar”). Antonio Marcus de Souza critica Walnice Nogueira pela postura fechada de sua leitura de caráter ideológico das letras e pontua alguns dos elementos que determinaram, nas décadas de 70 e 80, a forte presença do rock no Brasil: emergência da abertura com fortalecimento da democracia; eventos massivos de orientação empresarial (Rock in Rio, etc.), esgotamento da cultura rock americana e européia seguido de acolhida de outras tendências musicais (América Latina e África), uma rede de publicações nacionais voltadas ao assunto e a herança de movimentos culturais anteriores (Jovem Guarda, Tropicalismo, Pós-Tropicalismo, etc.).

Nos anos 80 e 90, a diversificação e a fragmentação se ampliam. Antonio Marcus de Souza refere-se ao surgimento de um grande número de bandas — o que ele denomina “vontade roqueira disseminada” —, estruturadas a partir da recomposição da memória destruída pelo regime militar. No Rio Grande do Sul, os movimentos punk, dark, new wave (1985); em Minas Gerais, releituras de Villa Lobos, Rita Lee e Augusto dos Anjos (1986); em Brasília, despontam o Plebe Rude, a Legião Urbana e Capital Inicial; e assim por diante. Há espaço para Roberto Carlos e seus natais na Globo, Xuxa e a descoberta do marketing infantil pela televisão; o roquinho do Kid Abelha, da Blitz e dos Paralamas; a música baiana, que se internacionaliza ao som do Olodum, dos trios elétricos e do *axé-music*, criando as vivências e televivências das micaretas (Duarte, 1996); e para o sertanejo *high tech* e globalizado de Leandro e Leonardo ou de Chitãozinho e Xororó. Ao lado das produções dirigidas pela

organização altamente sofisticada do marketing das gravadoras, surge o brega avacalhado do Falcão e dos Mamonas Assassinas. Aliás, é interessante observar que, mesmo diante da aparência de controle absoluto pelo marketing da indústria discográfica, após ter completado o ciclo profissional do *capitão de indústria* para o *manager* (Cardoso, conforme Ortiz, 1988, p. 57) e promover o capitalismo de controle do mercado (Galbraith, 1977), ainda há a possibilidade do surgimento do imprevisto, como declara Maria Bretas (1996):

“A entrada inicial dos ‘Mamonas’ no foco dos olhares dos meios de comunicação, principalmente o rádio e a TV, na verdade, não foi marcada por estudos de targets ou sofisticadas estratégias de marketing. Mas, depois do sucesso, inesperado diante de sua sonoridade trash, era inevitável que seus produtores cuidassem muito bem da galinha para garantir ao máximo a multiplicação dos discos de ouro e de platina.”

A estratégia era afastá-los um tempo da superexposição, depois do show de Brasília, e retornar com o lançamento de um novo disco. Um novo imprevisto impediria isso: a queda do avião onde estavam.

13. 5 – A música e as programações de rádio e televisão

A música jamais esteve ausente das programações de rádio e TV. Desde o princípio, na década de 1920, com Roquette Pinto, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro veiculava óperas, com discos emprestados pelos próprios ouvintes (Ortriwano, 1985, p. 14). A partir dos anos 30, com a introdução das mensagens comerciais e a transfiguração do modelo de programação erudita para o modelo do rádio comercial, o rádio torna-se vinculado ao lazer, e a programação musical se altera. A partir de então, música e programação seriam

inseparáveis, num regime de penetração cultural interdependente. A música foi a arte mais significativamente afetada pelo surgimento do rádio, no começo do século, não apenas porque aboliu as limitações acústicas ou mecânicas do alcance dos sons (Hobsbawn, 1994, p. 195), mas, também porque todos os aspectos programáticos, vinculados tanto ao desenvolvimento tecnológico e dos interesses empresariais que cercaram as instituições de comunicação social, quanto as condições culturais de apropriação estética desses sentidos pelas gerações deste século, foram construídos de forma a manter uma constante interdependência entre música e comunicação social.

O rádio e a televisão são impensáveis sem a música. Numa perspectiva funcionalista, Cebrian Herreros (1983) identifica os “usos” da música em rádio como sendo:

o programático: música como elemento protagonista ou autônoma, transmitida ao vivo ou por discos;

o funcional: uso como elemento sonoro bruto, em vinhetas, chamadas, BGs, etc. A música, trabalhada nesse contexto, conforme Cebrián Herreros (1983, p. --) “recibe un nuevo sentido, según la intención del radiofonista (...). La música pierde su autonomía significativa y adquiere una dimensión radiofónica dentro de nuevos contextos”.

e o assimilativo: criada pela técnica radiofônica, com posteridade para os outros usos. É a música eletroacústica, hoje cada vez mais hegemônica, devido aos recursos de samplerização.

Nos limites de uma classificação desse tipo, podemos identificar a assimilação, pela televisão, de todos esses sentidos, sendo que o sentido programático – assim chamado porque a música converte-se na própria programação –, se instaura na forma do vídeo-clip e da apresentação ao vivo, em que os elementos visuais irrompem criando significados novos e, às

vezes, tornando-se mais importantes do que a própria música, embora de modo algum se desataviem dela.

A observação empírica das programações em Goiânia revelam a possibilidade de, ainda dentro dos limites de uma abordagem estrutural-funcionalista – que, afinal, prevalece na formação ideológica dos agentes programáticos realizadores, sobretudo os profissionais –, se tratar no rádio de *grades musicais de programação*, as faixas de controle e administração funcional das veiculações musicais. Ampliando a visão desse instrumento funcional para uma abordagem mais contextualizada, constata-se que tais grades são definidas a partir de listas de disponibilidades musicais programadas em função de critérios variados, nos quais entram em jogo, sobretudo, os estereótipos vinculados ao imaginário dos estilos de vida e aos sentidos globalizantes movimentados pela indústria discográfica, além de uma nem sempre acurada percepção dos grandes centros produtores, sobretudo São Paulo e os Estados Unidos da América.

Por sua condição de maior capacidade de investimento e organização, como também por estar se reestruturando a partir de critérios que tendem ao aprofundamento das relações instrumentais, num movimento de profissionalização de seus recursos humanos, o Sistema de Rádio da Organização Jaime Câmara constitui um interessante ponto de observação da construção de sentido da música no rádio, a partir de uma relação periférica com aqueles centros produtores. Toda a política programática musical é referenciada exteriormente à comunidade abrangida pela emissora pesquisada. Para sustentar a programação, a Organização contrata serviços de agências paulistas, como a ProSound, que presta consultoria na linha musical, sempre de olho nas tendências estilísticas dos Estados Unidos – onde se vendem pacotes musicais prontos (kits), em qualquer estilo, para emissoras de todo o mundo. O formato programático Rádio Executiva é descrito num folder institucional como “soft adult contemporary”, um modelo que provavelmente se liga à tradição, iniciada em 1959 por

McLendon, dentro do movimento de reação ao surgimento da televisão nos Estados Unidos, da programação no estilo “beautiful music” na Rádio KABL de San Francisco (Martí i Martí, 1980, p. 100), e que, para os profissionais, é definida por meio de generalidades como as mencionadas por Wagner Duarte, diretor da emissora: “música confortante, lenta, gostosa, que não agride”; “música antiga” ou “clássicos” (na forma de *flash back*, sentido que inclui Frank Sinatra, Beatles, Roberto Carlos, e que, segundo ele, ocupam 90 por cento da programação); “música leve, selecionada, de qualidade”. Ou, ainda, pelos “estilos que não entram”: populares, música baiana (Banda Cheiro de Amor, etc.).

Com respeito às citadas listas de disponibilidade – ou os “listões”, como são chamados no meio profissional –, a emissora caminha para um processo de informatização da grade (ainda não da programação propriamente dita, ou seja, da veiculação pela execução em computador, investimento ainda considerado excessivo). O programa está sendo trabalhado pela área de informática da Organização Jaime Câmara, em acordo com o pessoal do sistema artístico, a partir de critérios classificatórios de associação. Tais critérios ainda estão sendo definidos, mas alguns foram revelados à pesquisa: as músicas podem ser associadas: por “mídia” (nome que deram ao tipo de suporte: CD, LP, FD, FC, MD, etc.); por “categoria” (classificação indefinida, por agrupamento a um conjunto mais amplo, tipo: Beatles, Elvis, Instrumentais, Jovem Guarda, etc.); por “época” (o plano é repartir por décadas ou outro indicador temporal); por “intensidade” (andamento musical, pretendendo conferir um número à música, referente a esse critério); por “vozes” (quantidade de vozes: duetos, etc.); por “tipo voz” (masculinas, femininas ou mistas); por “eventos associados” (associação de datas comemorativas à música, como Natal, Dia de Namorados, aniversário de artistas, etc.); por “idioma”; por “grupos relacionados” (especificação de canções solo, quando o vocal principal pertença a um grupo determinado, a fim de evitar canções consecutivas do mesmo vocalista); por “ritmos” (agrupamento de estilos: jazz, blues, etc.); por “daypart” (critério restritivo: a fim

de se evitar a veiculação de certas canções em determinados períodos do dia, para os quais são consideradas incompatíveis). Há ainda orientações de comandos para o programa funcionar, como a inserção de “demos”, ou um trecho de cada canção associada ao arquivo do cadastro no computador, para que o programador possa se lembrar da música; e as regras de veiculação, como a limitação para a quantidade de músicas a serem veiculadas em cada categoria classificatória.

Observando as opções programáticas em termos regionais, a rádio Executiva utiliza aquela regra de estilo no aproveitamento da música brasileira, interpolando a música goiana em regime de exceção: “... porque, se não tocar, esse tipo de música morre”, admite Wagner Duarte, incorporando com franqueza a natureza secundária da veiculação local, ante os sentidos globalizados da música no rádio comercial, ao revelar as condições em que a emissora toca compositores goianos específicos como Marcelo Barra e João Caetano, por exemplo.

A radiofonia segmentada musical da Executiva FM faz, portanto, o jogo do universal no particular. O global comparece no local, nesse modelo de programação, de forma muito evidente. Trata-se, além disso, de um modelo que surge num contexto de mútua dependência²⁷ com a indústria do disco e as demais linguagens de difusão musical, sobretudo a televisão. Para se constatar isso, é suficiente observar o sentido aferidor do “sucesso”, no entendimento dos agentes profissionais. No jargão radiofônico esse sentido costuma ser identificado pela expressão “as mais”, cujo complemento evoca uma polissemia, conforme diversos depoimentos dos agentes profissionais, como sendo as mais...

²⁷ A noção de mútua dependência pressupõe, naturalmente, a negação de uma visão economicista, isto é, que não apenas as instituições de comunicação – especialmente o rádio – dependem da indústria discográfica, mas também esta depende daquelas.

- ... **tocadas**: critério tautológico, muito utilizado por emissoras populares que disputam a primazia da audiência, para as quais a garantia da audiência está em veicular o que já é veiculado por outras emissoras que possuem audiência.
- ... **pedidas**: critério fundado na manifestação do ouvinte, que também tem seu grau de tautologia, pois é senso comum entre programadores musicais que “o ouvinte só pede a música que já toca na rádio”. Não é certo, porém, que a referência do ouvinte seja exatamente a música, podendo ser o estilo da programação ou a observação de outros meios de difusão musical;
- ... **pesquisadas**: as preferências musicais reveladas em pesquisa sempre estão vinculadas a outros sentidos, devido ao direcionamento de indagações e resultados à solução de objetivos estratégicos e instrumentais da própria instituição de comunicação social ou da indústria discográfica;
- ... **exibidas**: critério de intertextualidade, vinculado especialmente à exposição televisiva. A adoção de uma determinada música como tema de uma novela da Globo, por exemplo, constitui praticamente uma garantia de sucesso e, portanto, uma certeza de veiculação.
- e... **vendidas**: os índices de vendagem são o critério mais externo à construção das programações. Contudo, para os promotores do disco, são os mais importantes. A queda nas vendas é acompanhada da queda nos índices de veiculação.

O estilo musical de uma programação pode, ainda, ser vinculado a interesses específicos, de caráter ideológico. É o caso da Rádio Aliança, que, ao adotar o formato evangélico, passou a veicular exclusivamente música gospel (a transferência de propriedade da Transmundial para o Ministério Comunidade Cristã em nada alterou esse sentido).

Diferentemente das programações radiofônicas, as televisivas não alcançaram esse nível de segmentação extrema – possivelmente devido à feição mais nacional que a TV tomou no país e à construção da TV aberta voltada para o tipo geralista de programação. Uma TV musical apenas foi possível, até hoje, no campo da segmentação extrema, condição que, no Brasil, somente a TV a cabo assumiu. É o caso da MTV (Musical Television).

Os formatos musicais na televisão, em seu conteúdo tipicamente programático (isto é, deixando de considerar seu aspecto funcional), aparecem em duas formas: como adequação da linguagem, nos vídeo-clips; e como cenário ou instância veiculadora, em shows, programas de auditório e, sobretudo, como disséramos, nas novelas da Rede Globo. Nos vídeo-clips, a percepção vinculada é a de que, à duração do disco, acrescenta-se a imagem. Feitos para o fruir televisivo, os *video-clips* acabam deixando a impressão de que música não é apenas som, mas, sobretudo, imagem. Esse movimento tem antecedentes históricos, que podem ser registrados tanto nos musicais da Broadway, como nos filmes de Elvis Presley e dos Beatles, os quais deram o início à interdiscursividade capaz de vincular a reprodutibilidade mercantil da arte ao sentido estético caracterizador de sua fruição pública. De forma sofisticada pelas novas tecnologias de produção videográfica, esse sistema culmina hoje no vídeo-clip, no qual a imagem torna-se parte da música e, às vezes, mais importante do que ela (como o caso dos clips de Michael Jackson, inaugurando novos efeitos visuais e causando sensação mais por isso do que por alguma qualidade musical). Entretanto, as vitrines da indústria do disco são as novelas e os programas de auditório: a ponto de as administrações das emissoras já considerarem “sucesso” uma trilha que esteja nesses lugares, dando seqüência, quase automática, ao caráter tautológico da produção em comunicação social.

Essa tautologia, contudo, não pode ser subsumida de forma simplista, desataviada dos heterogêneos e complexos contextos de fruição social de seus sentidos. Parece correto afirmar que caminhamos de um modelo de vivência tradicional para a contemplação estética moderna

e, desta, para a televivência e a revivência no contexto da transição pós-moderna. O conceito de *televivência*, criado por Antonio Canelas Rubim (1995) diz respeito a uma relação privada do indivíduo com o mundo, mediada pela máquina, substituindo ou desestimulando relações humanas, momento em que a convivência cede espaço para a experiência vivida isoladamente, no âmbito privado. José Carlos Silveira Duarte (1996), por sua vez, amplia essa relação, ao conjugá-la com a possibilidade de uma ulterior *vivência*, buscando, com isso, explicar o surgimento de *micaretas* em vários pontos do país, depois da exposição do carnaval “fora de época” de Salvador:

“... os mídias deixam de ser percebidos enquanto veículos que promovem apenas um lazer passivo e passam a ser sentidos como veículos interativos (...) instâncias mediadoras entre aspirações do público e os interesses político-empresariais, ao mesmo tempo promotoras da cidadania e da indústria cultural. (...) Assim, através da televivência, esta nova forma de sociabilidade gestada na contemporaneidade pela ação dos mídia, o ‘ser coletivo’ pode tomar conhecimento de diferentes vivências localizadas, distantes espacialmente, e trazê-las para perto de si, reencenando-as e, quiçá, integrando-as com parte de uma ‘nova tradição’. (...) Ao transmitir telematicamente a vivência característica de uma determinada localidade, pode estimular a constituição de semelhantes vivências em outras, ou seja, a televivência pode estimular a vivência.” (grifos do autor)

Em todo esse recorte, é evidente que ficaram lacunas. De modo algum pretendeu este capítulo apresentar um trabalho sobre a filosofia ou a história da música. O objetivo buscado foi simplesmente recuperar algumas informações essenciais e proceder a uma reflexão aberta

sobre a cultura musical, para, neste final, tentar ligá-las aos processos institucionais da comunicação social, num senso lato, e, num sentido estrito, às programações de rádio e TV.

A modernidade está cada vez mais superada. Mas a pós-modernidade não se faz sem conflitos. Conflitos entre os paradigmas que permanecem, superficiais e recortados, mas intensos e globalizados. Não é verdade dizer que o presente destrói o passado. Antes cria o futuro. Não há uma relação temporal linear. Ao espaço desterritorializado, corresponde um presente eternizado ou uma eternidade sempre presentificada: esta a densidade do mito da contemporaneidade.

A tecnologia tem uma importância fundamental nesse processo. A música minutada, o *jingles* e o video-clip tomam o lugar daquela que Adorno chamaria de “música ligeira”. A samplerização substitui os instrumentos e a virtualidade toma conta do som. A interpretação desse processo vertiginoso, contudo, não é mais tão simples. A análise da articulação da indústria cultural não pode se limitar à produção, mas deve se debruçar sobre as instâncias do consumo e, além dele, sobre as possibilidades sempre presentes de fruição artística e mítica da sociedade tecnológica globalizada. Não é mais possível fazer uma correlação do tipo causa/efeito na interação dos processos de comunicação social e os diversos e fragmentados públicos aos quais se vinculam (ou são vinculados). Referindo-se à música pop romântica, afirma Simon Frith (19--):

“Pop love songs don’t ‘reflect’ emotions, then, but give people the romantic terms in which to articulate and so experience their emotions. (...) ... the problem of romantic ideology is not that is false to life, but that it is the true against which most people measure their desires.”

Grande parte da esfera pública desencadeada nos processos de audiência às programações são vinculações ao mundo da vida dos públicos. Esse, aliás, é o modo de interação propiciado pela música, que, ao menos nas emissoras de rádio, tem sido a grande responsável pelas curvas do ibope²⁸. Uma interação dialética, que efetua ligações de homogeneidade e heterogeneidade, transitando entre os interesses de gravadoras e anunciantes e o fruir musical do público, vinculado ao divertimento e à renovação e recriação cíclica dos ritos do calendário (Nunes, 1993). Ao se ligarem ao mundo da vida dos públicos, os “meios” fazem a ponte entre a cultura e o consumo, entre a fruição do som e da imagem e a realização capitalista do ciclo produtivo.

As emissoras de rádio e televisão vivem hoje uma profunda transformação tecnológica, com o alargamento das bandas de frequência e a digitalização do sinal, o que cria expectativas importantes no âmbito das possibilidades de interatividade e acesso público aos canais, ao mesmo tempo que são ampliadas as alternativas de segmentação e especialização. A segmentação de públicos e a especialização de programações no Brasil têm sido vertiginosas, especialmente nos sistemas de rádio FM e nas TVs por assinatura. Através das programações, o aspecto *happening*, de eventualidade e efemeridade da arte pós-moderna, fragmentada e presentificada, se converte em ciclo, em rito, em instância de criação e renovação do mito. A música não apenas é tocada várias vezes, como anima os programas de *flash back* e como, também, se converte em *background* (BG) para as mais diferentes narrativas, num intenso processo de ressignificações, de descontextualização/recontextualização. E, como se não bastasse, a televisão também leciona as danças da moda, como a *dança do bumbum* ou o *segura o tchan*, que se, por um lado, refazem o relato erótico da exposição pública do privado junto às platéias adolescentes e pré-

²⁸ Enfatizando a diferença nesse sentido entre rádio e TV, é significativo observar que, conforme afirmou Evandro Carlos de Andrade (Imprensa, nov.1997, p. 50), “no Brasil, entre os cinco programas de televisão com maior público, três são jornalísticos”.

adolescentes, por outro lado, são percebidas por esses públicos de forma alegre e se desfazem, com a mesma velocidade como apareceram.

14. Repetição, publicidade e promoções: tautismo?

A denúncia do tautismo parte de Lucien Sfez, para quem (1992, p. 13) esse neologismo se dá

“... pela contração de ‘tautologia’ (o ‘repito, logo provo’ tão atuante na mídia) e ‘autismo’ (o sistema de comunicação torna-se surdo-mudo, isolado dos outros, quase autista), neologismo que evoca um objetivo totalizante, na verdade totalitário (o visgo que me cola à tela, a realidade da cultura telística, realidade sempre mediada, ao mesmo tempo que exibida como realidade primeira). Em outras palavras, passo a tomar a realidade representada como realidade diretamente expressa, confusão primordial e fonte de todo delírio”.

Sfez, na verdade, se situa numa linha de pensamento próxima à de Baudrillard, para quem a comunicação social é uma espiral que encarcera o sentido e o sujeito num mundo de simulacros, apesar de criticar este autor por não conseguir identificar saídas para o mundo de circularidade a que esse pensamento remete. Lucien Sfez trabalha os sentidos históricos da comunicação social a partir de três metáforas: a da bola de bilhar, para traduzir os modelos hipodérmicos das teorias mecanicistas da informação; a do organismo, para expressar os modelos organicistas das teorias vinculadas ao estrutural-funcionalismo; e a da criatura ou Frankenstein, para denominar a confusão do tautismo. A cada uma delas esse autor adere uma preposição definidora e um grupo de imagens-forças ou palavras-chaves, que sintetizam os sentidos que cada modelo constata, as perguntas que faz e as respostas que dá. Assim, a “bola de bilhar” a comunicação social é um mecanismo, em que a máquina é o objeto e o sujeito existe separado dela, usando-a e controlando-a, estabelecendo, portanto, a fórmula emissor-meio/mensagem-receptor. Define-se pela preposição *com* e pelas palavras-chaves *sistema*,

direção, articulação, quantidade, medida, extensão, eficácia, realidade, unidades, discretas, conteúdo, continente. O modelo organicista, por sua vez, preocupa-se com a relação interna entre as partes e o todo; o artefato deixa de ser o instrumento, para ser o ambiente, dentro do qual o sujeito se auto-realiza, sem poder ultrapassar seus limites ou recusar sua presença. Ainda caudatário da metáfora mecanicista, esse modelo reúne, conforme Sfez, os teóricos da complexidade, como Edgar Morin, e da teoria de sistemas, como Searle e Winograd. A preposição que o define é o *em* e as imagens-forças são *meio, níveis, vivo, percepção, forma, organização, reciprocidade, totalidade, desenvolvimento, auto-organização*. E, por fim, a metáfora Frankenstein significa a constatação de que a tecnologia rege o mundo: “o sujeito só existe através do objeto técnico que lhe atribui seus limites e determina suas qualidades” (Sfez, 1992, p. 32). O artefato já não é mais o mecanismo ou o ambiente, mas (idem, ibidem)

“... um efeito que se pretende causa. A máquina criada pelo homem torna-se seu próprio criador. (...) Esse duplo amigável ou aterrorizador é ao mesmo tempo testemunha e limite do poder humano. Ele lhe devolve a imagem. É o seu espelho, mas um espelho que a constrói e, portanto, se constrói tal como é, simultaneamente diante de si mesmo e de seu criador. Todos os paradoxos de auto-referência estão bem aí. O produtor é produto e produtor ao mesmo tempo. Não há começo nem fim. Mas uma circularidade total é um fechamento. (...) Sujeito e objeto, produtor e produto são então confundidos. Perda da realidade, do sentido, da identidade.”.

A preposição vinculada a essa metáfora é *por*, e as palavras-chaves: *criação, imaginação, novidade, metamorfose, vontade, visão, auto-referência, simulação*.

Uma crítica da auto-referencialidade enquadra diretamente uma das características mais ostensivas das programações de rádio e televisão, onde, pode-se facilmente constatar, o sistema repetitivo e auto-referencial existe e é imperativo. Senão vejamos. A condição de toda

programação é ser cíclica – daí a facilidade com que se justapõe, conforme vimos, a partir de Mônica Nunes e Claude Rivière, ao conceito antropológico de rito – cumprindo um programa de retorno sobre si mesma diário e semanal, conforme o critério de análise. Os vínculos horários e calendários são a matriz determinante de todas as programações: os 15, 30 e 45 segundos da inserção comercial; os minutos do *break*, das *janelas* de rede e local e das veiculações musicais; as meias-horas e horas cheias dos programas; os turnos; os ciclos nos dias úteis, nos sábados e domingos...

A programação celebra, sem dúvida, o mito do eterno retorno, que, invariavelmente, impõe-se como repetição e reiteração, até mesmo no estilo jornalístico de redação, como já analisara Ana Cabello (199..). Que o digam os “planos de mídia”, essas grades de controle da reiteração, estabelecida não apenas pelas agências de propaganda no jogo de disponibilidades dos intervalos comerciais, mas também pela própria emissora, nos atos promocionais da própria programação, pois, como afirmou-nos Vilmar Cintra, o gerente comercial de TV da Organização Jaime Câmara, “o maior cliente que a Globo tem é ela mesma”. Que o digam os programas essencialmente tautológicos, em que a televisão celebra a si mesma, como o “Vídeo-show” e os “making off” dos filmes anunciados. E que o digam os produtores e pauteiros do tele e do radiojornalismo, em suas matérias de repercussão, vínculos de continuidade noticiosa em que o novo é construído sobre o velho, o qual acaba reconstituído por referenciação no corpo das notas e reportagens.

O sistema auto-promocional extrapola o espaço discursivo da programação e aciona a atenção dos transeuntes nas ruas. Em Goiânia, não é incomum os lançamentos mais importantes do rádio e da televisão migrarem para os out-doors. No sistema de emissoras da Organização Jaime Câmara, a Rádio Executiva veicula o programete “O Popular no ar”, um noticioso manchettato que, além da função informativa básica, promove o diário impresso da casa. A Rádio CBN-Anhanguera é a emissora que “só toca notícias” até para quem não a

escuta, pois seu lançamento na cidade foi antecedido de uma campanha promocional que mobilizou inclusive a TV Anhanguera. Recentemente, o lançamento de um programa estilo revista voltado para a temática da saúde, pela TBC-Cultura, ocupou os out-doors goianienses, noticiando, inclusive, os temas semanais que seriam abordados, dentro do limite de tempo da exposição nas placas.

Repetição, publicidade e promoções. Mas... será isso mesmo tautismo? Será que de fato ocorre o que denuncia Ciro Marcondes Filho (1992, p. 46), interpretando a “era Frankenstein” de Sfez:

“Quando a televisão faz enquetes em praça pública para conhecer a ‘opinião do povo’ sobre um acontecimento, um governante, um fato econômico novo, o que se ouve das pessoas é a reprodução linear daquilo que a própria comunicação emitiu. Desse conjunto de opiniões, os programadores de televisão irão formar novamente a opinião sobre a massa, que a receberá novamente e as reproduzirá mais uma vez. Cria-se o circuito tautológico, em que as mensagens não passam de meras senhas em que todos se reconhecem e que na verdade operam de maneira puramente ritual. Nada de fato se comunica, nada de fato é transmitido, nada muda as posições ou opiniões existentes. Isso porque, em realidade, não existem essas posições ou opiniões, mas a aceitação e a livre circulação de todas elas ao mesmo tempo”.

De onde nasce esse “poder” que faz a circularidade do discurso se converter em circularidade do sujeito? Lucien Sfez e Marcondes Filho, ao atribuírem certa hipodermia ao processo comunicativo, acabam caudatários do modelo que criticam... Ora, como se pode reinterpretar, adaptando a crítica da pesquisa de opinião feita por Pierre Bourdieu, sobre a qual falaremos adiante, a televisão ou o rádio, quando saem à rua, realizando seus enquetes, usualmente indagam sobre assuntos os quais as pessoas não pensaram e não têm opinião

formada. A operação se tornar “meramente” ritualística não retira dela o sentido, nem instaura obrigatoriamente a circularidade do sujeito, pois a reação confirmatória, se e quando ocorre, pode exprimir uma simples desobrigação, ante a questão feita pelo repórter. O responder por responder pode revelar o potencial prático, não linguageiro, de crítica ou de resistência ao processo de dominação.

Veja-se, como exemplo, uma experiência que presenciamos, de um repórter do programa “Goiânia Urgente”, da TV Record. Este programa cultiva o hábito de postar sempre um repórter na Praça do Bandeirante, uma das principais do centro da cidade, durante a veiculação, que se dá ao vivo. Ali, todos os dias, posicionam-se pessoas usualmente de origem humilde, e utilizam a televisão para fazer queixas e reclamações sobre os mais variados e até pitorescos assuntos. Mais adiante, falaremos com mais detalhes da experiência desse programa. O que nos serve, neste momento, é o fato de o repórter posicionado na praça aproveitar a presença da aglomeração à sua volta para, vez por outra, realizar uma dessas enquetes de que fala Ciro Marcondes Filho, sobre o tema em debate nos estúdios. No dia 25 de setembro de 1995, a temática abordada era o nepotismo, por conta da reação de membros do Judiciário goiano a uma lei aprovada pelo Governador na Assembléia Legislativa, limitando a contratação de parentes no serviço público estadual. O repórter na praça, ao indagar aos transeuntes sobre o que achava da lei do nepotismo, encontrou apenas um que souber responder. A maioria confessou que ignorava o que vinha a ser aquilo. De pouco adiantou o profissional explicar, a alguns deles, que “nepotismo é o político contratar parentes no serviço público”. O repórter, ao final, fechou a sucessão de entrevistas ao vivo pontuando a “ignorância e a falta de consciência do povo”.

A nossa interpretação, a respeito da circularidade programática da comunicação social no rádio e na televisão está vinculada à idéia da construção estético-afetiva dos sentidos. As instituições de comunicação social dependem do contato, da sintonização, para se realizarem

enquanto tal. A pretensão de contato não é, contudo, apenas um vínculo mecânico, tecnológico, mas uma busca de presença, de vinculação; daí a mediação promocional, cumprir um roteiro circular, insistente, auto-referencial. Trata-se de uma movimentação tautológica, sem dúvida; autoritária, talvez; autista, até certo ponto... mas não tautista, pela perspectiva do sujeito em conexão, o ouvinte ou telespectador. Trabalhamos com a hipótese de que há um sujeito que convive e torna a programação emitida um evento, parcialmente fora do controle dos agentes realizadores e produtores.

Lucien Sfez pretendeu avançar aonde ele mesmo afirma que Baudrillard não consegue, pois o critica, dizendo que “... se seguirmos totalmente Baudrillard, nada podemos fazer nem dizer. Todos os nossos atos e todos os nossos enunciados são prisioneiros da armadilha que denunciam” (Sfez, 1992, p. 10). Sfez pretende, com isso, apontar uma saída para o tautismo; e essa saída, segundo ele, é “a interpretação do bom senso comum” (Sfez, 1992, p. 310). Trata-se de uma solução voltada para uma certa hermenêutica do bom senso: amparando-se num sentido judaico do uso da linguagem, Lucien Sfez defende a possibilidade de se aproveitar a opacidade da língua para garantir “a abertura indefinida do sentido” (idem, p. 327), pois “... o real se constrói (...) no desdobramento sucessivo dos comentários”. Nesse sentido, ele se alinha a Emmanuel Levinas, para quem “... a linguagem, capaz de conter mais do que contém, seria o elemento natural da inspiração antes de sua redução a utensílio da transmissão de pensamentos e de informação (se é que ela alguma vez se reduziu completamente a isso)” (conf. Sfez, 1992, p. 328-9). E, por fim, preceitua (idem, ibidem, 335):

“Contra a comunicação tecnológica, artificiosa, transnacional e sem rosto, só resta a interpretação. E pouco importa aqui a religião envolvida. Nos nossos círculos céticos, a Revolução não tem muita audiência. Pouco importa ainda. Pratiquemos juntos a tradução, o comentário, a crítica que volta. Interpretemos: Lei é Contrato. Bastará isso”.

O que Lucien Sfez não percebe é o que enunciamos como hipótese, nessa Dissertação, e que constitui, ao fim desse trabalho, num projeto de Tese, em continuidade a esta pesquisa: enraizado no mundo da vida, atuando não apenas lingüística, mas também pragmaticamente, o sujeito do senso comum resiste e reage, às vezes desligando-se do processo excessivo e, numa acepção baudrillardiana, “obeso” de informação. Esse sujeito, que, em nosso estudo, corresponde ao agente programático dos públicos conectados, já interpreta, embora talvez não o faça como o quer Sfez. E todo o jogo tautológico corresponde à tentativa insistente e, por vezes, inútil, de buscá-lo, de instaurar com ele o contato, sem o qual o movimento comunicativo deixa de ter qualquer sentido.

15. O imaginário das pesquisas

Um dos pontos fundamentais para a mediação da interação comunicativa, no plano da pretensão de preservação da interlocução, é a construção de um interlocutor imaginado. Essa construção é feita a partir de pressupostos contidos na linguagem e no estilo das programações veiculadas, a partir dos quais se elabora o estereótipo da audiência. É nesse sentido que, para a CBN-Anhanguera, o ouvinte é “... formador de opinião, classe ABC, escolaridade acima do primário; na classe C, lideranças de bairro; sessenta por cento masculino, entre os 35 e os 60 anos de idade”, conforme afirmou Marcos Eduardo Villas Boas, diretor da emissora. Esse profissional retira esses sentidos do estilo da emissora (all news) e, claro, de relatórios da pesquisas de audiência.

Um único instituto de pesquisa existe em Goiás, o Serpes. Fundado por dois professores da Universidade Federal de Goiás, essa empresa vive momentos de alta e baixa, conforme as ondas do restrito mercado para o qual vende o seu produto. A Organização Jaime Câmara é o seu principal e mais assíduo cliente. Além do complexo que repete a Globo, compram-lhe os relatórios o Cerne, do Governo Estadual; a TV Goiânia, repetidora da Rede Bandeirantes; e diversas emissoras de rádio, especialmente as mais profissionalizadas, como as Rádios FM Terra, Serra Dourada, 1000FM e Jovem Pan. A única cliente de AM, além da CBN-Anhanguera e da Rádio Brasil Central, é a Rádio Difusora, pertencente à Igreja Católica (Fundação Pe. Pelágio). Das emissoras pesquisadas neste trabalho, portanto, há uma televisão – a Record – e uma emissora de rádio – a Aliança – que não adquirem os formulários do Serpes, mas que, por vias tortas, têm também acesso a ele, embora não sistematicamente.

Níveis de extraordinária tensão são vividos pelos agentes profissionais, por conta da dança dos números das pesquisas de audiência. Durante o período em que pesquisamos, um

profissional da TV Anhanguera perdeu parte de suas funções de coordenação por conta da perda de aproximadamente dez por cento de audiência (embora houvesse outras versões para esse acontecimento); a liderança de uma emissora radiofônica concorrente motivou a contratação de uma empresa de consultoria de São Paulo e a realização de um Seminário na Organização Jaime Câmara, com vistas a tornar a Rádio Araguaia FM (não inscrita nesta pesquisa, mas o exemplo é nítido) o “primeiro lugar” nas pesquisas. Todas essas alterações nas relações entre os agentes repercute numa intensa cobrança aos profissionais por “resultados”, revelando muitas vezes a lógica cruel embutida nas interações instrumentais dentro das emissoras.

E, o que é interessante, nem sempre tais atribuições de sentido têm razão de ser. Afinal, tais pesquisas não são tão precisas assim. Não é raro os índices sofrerem variações aparentemente exageradas, simplesmente por conta das margens de erro contidas no próprio processo estatístico. Um exemplo típico é a pesquisa de audiência em rádio, conforme relato do próprio diretor do Serpes, Antonio Segundo ele, a audiência total em rádio não passa dos três por cento da população. Sobre esse resultado, calcula-se o índice de participação, isto é, dentro dessa audiência total, qual a participação dessa ou daquela emissora. A diferença entre as emissoras, então, não raro migra para uma discussão acerca de décimos e centésimos que qualquer iniciante em estatística sabe estar contida nas margens de erro. Como, segundo o próprio diretor do Serpes, são raros os que conseguem interpretar corretamente os números, as motivações originais da enorme tensão que se instala entre os profissionais e publicitários diante dos números transfere-se dos já poucos referenciais de concretude da pesquisa estatística para o âmbito da numerologia metafísica, ou, para nos despirmos do preconceito objetivista, para a construção de um imaginário, dentro do qual os índices recebem um valor mágico, sendo percebidos não como uma descrição possível da realidade, e sim como a própria realidade.

Daí porque, nesta análise, falamos na construção de imaginários, e não numa hipotética “constatação científica” do ouvinte ou do telespectador real. Não é, portanto, sentido desta Dissertação analisarmos a validade ou a cientificidade dos resultados obtidos, e sim verificarmos, até onde for possível, a interferência dos relatórios de pesquisa nas decisões dos agentes e nas relações destes entre si, para a construção e a reconstrução das programações em torno das quais eles atuam. Quando ocorrem sucessivos fracassos nas tentativas de alterar os resultados da pesquisa, pelas alterações da programação, os agentes não raro entram em pânico e, como é natural, apelam para as justificações racionalizadoras, uma das quais, muito comum nos debates políticos em campanha eleitoral, pode ser a desqualificação dos resultados e da pesquisa. O diretor do Serpes falou-nos em diferentes experiências, nas diversas vezes em que foi convocado para “explicar os resultados” aos profissionais da comunicação social, que o chamam sempre que não conseguem, por conta própria, compreender as razões pelas quais as variações fazem sentido. Segundo ele, raramente essas “explicações” têm sucesso, mesmo que ele se muna de artifícios de audiovisual. “Às vezes, o entendimento deles fica pior, depois da explicação...”, confessa. E, o que é mais patético, é comum a reação do cliente, diante de índices que não o beneficiam, ser... cancelar a assinatura dos boletins de dados. Se o rosto está feio, dispense-se o espelho...

Há, porém, três tipos de emissoras onde esse imaginário é construído de outra forma: as emissoras educativas (normalmente estatais), as que estão longe de obter alguma liderança e as que não compram relatórios de pesquisa. Nas emissoras estatais ou educativas a tensão por conta dos índices de pesquisa não se dá com tanto efeito, seja porque possuem um imaginário constituído e não há um interesse ponderável em alterá-lo, seja porque vinculam as práticas profissionais a uma lógica diferente da comunicativa. O primeiro caso, encontramos na TV Cultura, em São Paulo; o segundo, na sua repetidora em Goiânia e na Rádio

Universitária, da UFG. Falaremos apenas das duas primeiras, sobre as quais fizemos a pesquisa completa, para esta Dissertação.

A TV Cultura em São Paulo acompanha os números do Ibope, e, em grande sentido, se referencia neles, porém, não se baseia exclusivamente nos índices de pesquisa, para definir a programação da rede. Há outros sentidos em jogo, entre os quais uma específica visão da missão da emissora, no âmbito da educação e da cultura, capaz de transigir numa fórmula que possibilite audiência, em favor de outra, culturalmente sedutora. Há sentidos estéticos e políticos interagindo com as expectativas de audiência, que tornam relativo o valor que elas têm. É, por exemplo, esta uma das razões fundamentais para um exercício frouxo do “poder de rede” sobre as suas repetidoras, conforme declarou-nos Cirlene Reis, diretora interina de Programação da TV Cultura. Segundo ela, “... tão ou mais importante que o índice de audiência ou a concorrência entre as televisões, é a coerência da programação”. Os programas, então, são criados e aprovados segundo uma lógica de vínculo a determinadas faixas de público, porém inserida numa perspectiva de cultura (espaços musicais alternativos, ensino formal com adaptação a uma linguagem televisiva, etc.) e, até certo ponto, de politização (educação para a cidadania, divulgação científica, etc.). É, ainda, considerado uma “vitória” o fato de diversos programas criados ou veiculados originalmente na Cultura terem se transferido para emissoras comerciais, como é o caso famoso de “Vila Sésamo”, que, na década de 70, foi o primeiro programa infantil de sucesso da Rede Globo, ou, mais recentemente, o “Anos Incríveis”, “Confissões de Adolescente” e “O Mundo de Bickman” (este último passa hoje na Record, sem obter os mesmos 14 pontos de audiência, conquistados na TV Cultura, fato que Cirlene Reis atribui à composição coerente da programação desta televisão).

Enquanto isso, em sua repetidora goiana, a realidade é bem outra. A TV Brasil Central apenas recentemente se vinculou à Rede Cultura, e, hoje, ainda é bastante caudatária da lógica

política de vinculação ao Estado de Goiás. Com o rompimento com a Rede Bandeirantes e a filiação à Cultura, a TBC de fato conquista mais autonomia de programação, pois se lhe reduzem as exigências comerciais de rede. Mas, nem por isso, a estrutura de decisões e apoio cultural da Fundação Padre Anchieta, que a torna relativamente independente da vontade política do governo de São Paulo, se repetem na retransmissora goiana, que segue ainda extremamente vinculada a compromissos políticos e refém dos humores do governador de plantão ou de seu secretário das comunicações. É possível dizer, por essa razão, que não há propriamente um referencial de público-alvo, na composição da programação ou da linguagem da TBC-Cultura. O Consórcio de que faz parte adquire os formulários do Serpes, mas não houve, durante toda esta pesquisa, um único momento em que houvésssemos identificado sua utilização ou que os coordenadores de programas ou da programação houvesse se referido espontaneamente a ele, ao contrário das emissoras comerciais pesquisadas, especialmente as da Organização Jaime Câmara, em que os números da pesquisa constituem componente fundamental na construção do sentido programático.

Há ainda as emissoras que não adquirem os números do Serpes. Dentre as pesquisadas, analisamos a rádio Aliança. Isso, entretanto, não significa inexistência de uma construção de imaginário de audiência. Nessa emissora, a base informativa parte da análise de telefonemas. Na falta dos indicativos que signifiquem um dado externo de construção do imaginário, esse imaginário é procurado por outras vias, como a via pragmática da obtenção de informações fragmentárias e sem sofisticação junto ao receptor concreto. Os dados obtidos por essa via, porém, são igualmente dotados de pouca consistência. “85 a 90 por cento dos ouvintes são evangélicos, e 70 por cento das pessoas que ligaram disseram que se deve repudiar a visita do Papa ao Brasil”, aposta Marcelo Albuquerque, locutor-apresentador da emissora.

Verificamos, portanto, que há dois tipos básicos de ouvinte ou telespectador, para os agentes realizadores de programação: o receptor virtual e o receptor concreto. O primeiro, construído a partir das intuições desencadeadas pelos números de pesquisa; e o segundo, aquele que entra em contato efetivo com as emissoras, apresentando-se pessoalmente ou por telefone, participando de suas propostas (concursos, sorteios, etc.) ou respondendo a seus questionários. Ambos entram fortemente na composição do imaginário produtivo e, direta ou indiretamente, influem de modo significativo nos processos de conservação e mudança das programações.

16. Hipóteses sobre recepção e participação: a programação como evento

É preciso considerar, nessa altura, que não é pretensão deste trabalho aprofundar questões a respeito do processo de recepção, que não foi estudado empiricamente, por estar reservado à continuidade, em nível de doutoramento, das pesquisas que geraram esta Dissertação. Todas as considerações avançadas aqui pretendem ser apresentadas à conta de hipóteses, a partir das quais se torna possível viabilizar a necessária conexão entre as análises institucionais do sistema produtivo das programações e uma futura avaliação dos processos de construção do sentido movimentados pelos agentes vinculados à esfera pública instaurada pela presença social das instituições de comunicação social.

Eis algumas dessas hipóteses:

O receptor é ativo, porém nem sempre atuante. Nossa proposta busca não cair na armadilha de conceder ao receptor a qualidade de *todo-poderoso* ou de *atribuidor final de sentidos* para a comunicação social, menosprezando, assim, o enorme poder dos agentes produtores sobre as mensagens e os processos, ou, dito de outro modo, a significativa assimetria entre este agente e os demais, vinculados à produção. Esse problema, nos enfoques das pesquisas de recepção, tem sido denunciado por autores como Mauro Porto (1995) e Martín-Barbero (1991). Para Mauro Wilton de Sousa, a noção de mediação é fundamental como estratégia teórica, a qual (Sousa, 1995, p. 36),

“... se de um lado não elimina o lugar e o espaço do emissor, portanto não o nega nem o inocenta, faz o mesmo com relação ao receptor, que é buscado em seu contexto, mesmo na diferença do lugar social assimétrico que vem a ocupar perante o emissor”.

A atividade do público pode, em princípio, ser distinguida em *direta* e *indireta*. Direta é toda atividade atuante, na qual o público – comumente de forma individualizada – participa da programação. Essa participação, segundo diversos autores, é esparsa, pré-determinada e controlada pela esfera produtiva. Em rádio, é comum o comentário de programadores musicais de que “o ouvinte só pede a música que já toca na emissora”. E indireta é toda atividade não atuante, pela qual o público – neste caso, de forma coletivizada – atua construindo e modificando sentidos. As formas diretas, que por largo tempo a maioria das pesquisas considerou a única existente ou significativa para o estudo da chamada “comunicação de massa”, são reforçadoras dos sentidos da homogeneização, nos movimentos segmentadores efetivados pela produção/emissão, isto é, são movimentações comprometidas com o sistema ou a estrutura programática da emissora. Já as formas indiretas, recentemente privilegiadas pelos estudos sócio-antropológicos que redundaram nas pesquisas de recepção, vinculam-se à realidade social heterogênea ou às condições de possibilidade do mundo da vida. Nosso interesse se concentra mais nesta segunda forma, pois é esta a que se pode pressupor não controlada ou, no mínimo, não completamente controlada pela esfera produtiva/emissora.

Nosso intento, portanto, especificamente em relação a tais questões, é proceder a uma sociologia dos movimentos de segmentação, trabalhando a partir da perspectiva dos segmentados. Quais os vínculos são movimentados pelos diferentes públicos, para o reconhecimento e a identificação dos modelos estereotipados nas programações? De que forma e até que ponto tais vínculos são estruturados ou estruturantes da construção de sentido das políticas de programação? Eis as perguntas mais gerais que pretendo fazer durante essa busca.

Tais indagações com certeza conduzem a outras, mais específicas, vinculadas a categorias particulares que surgem das especificidades das emissoras. Dentre estas, podemos

citar, por exemplo, os questionamentos relacionados aos sentidos prévios determinados pelas agendas do marketing, a fim de enquadrar os movimentos segmentadores: classe social, idade, sexo, escolaridade e região geográfica, especialmente. Se é certo que tais categorias são fundamentais para a determinação de sentidos, no âmbito da produção, como notamos na pesquisa junto às emissoras, não é completamente nítido que fazem o mesmo sentido para os movimentos de recepção.

Além disso, foi possível observar que geralmente os movimentos programáticos atuam por superposição a certos sentidos construídos no meio cultural. É o caso, por exemplo, das emissoras evangélicas, que fazem uma segmentação posterior à segmentação já procedida pelas igrejas. Vive-se hoje uma fase nessas emissoras em que amplia-se a profissionalização ou a tecnicização de suas esferas produtivas (os *pastores* já não falam apenas sozinhos, ante os microfones, mimetizando os cultos e ritos, mas atuam coadjuvados por mediadores profissionais, seja na forma de assessoria, seja diretamente, simulando entrevistas), razão pela qual talvez seja lícito falar de públicos cada vez mais específicos da emissora, dentro de uma abrangência que tende a se tornar mais ampla do que a conectada pelas igrejas.

Há ainda movimentos segmentadores de alto risco, nos quais é possível concluir pela possibilidade de uma elevada taxa de infidelidade dos públicos conectados, como as emissoras voltadas para públicos jovens (Rádio Jovem Pan, no sistema de rádio, e MTV, na TV a cabo, por exemplo). Tal infidelidade, porém, apesar de significar uma complexa e mutável relação construtura de sentidos, não parece ser predeterminada por uma eventual consciência crítica, ideologicamente localizada. Altamente setorizada nos gêneros musicais, as programações que buscam vínculos com esse tipo de público trabalham usualmente em rede, submetidas a uma elevada taxa de controle das centrais emissoras, permitindo supor que o imaginário construído sobre esse público é extremamente reducionista, estreitamente ligado às decisões tomadas pelos departamentos de marketing das grandes gravadoras e a um

acompanhamento frenético dos índices de audiência e, o que é interessante, das listas de “mais tocados”, o que torna tais programações autoreferenciais ou, no dizer de Lucien Sfez, autistas e tautológicas, isto é, *tautistas*. Porém, como se vinculam tais públicos e quais sentidos constróem sobre as programações em estudo? Até que ponto o tautismo produtivo é assim apropriado pelos públicos conectados? Eis o que uma pesquisa de recepção atenta para esse quadro empírico talvez possa indicar.

Nessas programações onde predomina a música e o entretenimento, não raro os formatos noticiosos são interpretados à conta de descontextualizados e desinformativos. Há, claramente, por parte dos pesquisadores, uma propensão à supervalorização dos formatos e sentidos do jornalismo, num enfoque centrado na produção da informação (*news making*), em detrimento de outras formas de linguagem. Ora, as programações do tipo musical normalmente usam a notícia como sinal sonoro, quase como não-notícia, vinheta de passagem, em transição de um para outro lugar da programação. E isso, longe de ser estranho, faz parte do rito de vinculações propiciado pela linguagem programática, como sinal de que novas formas de sociabilidade estão presentes, na interação das instituições de comunicação social com seus públicos. É claro que, com isso, não queremos dizer que não haja públicos conectados às ofertas informativas das emissoras musicais. É, contudo, o formato que tais notícias assumem, o valor demonstrativo da modificação do sentido que faz a informação nessas emissoras.

É importante ainda dizer que os movimentos de segmentação, ao contrário do que poderia supor uma abordagem mais superficial, não trabalham necessariamente uma redução dos sentidos possíveis no campo das representações do mundo. Excetuando-se, talvez, os formatos religiosos, especialmente o das emissoras evangélicas, que buscam afirmar-se como únicos e suficientes, quando se dirigem para a conversão/manutenção de adeptos, as demais programações pesquisadas, especialmente quando especializam segundo formatos definidos,

como procede a CBN no âmbito da informação e da notícia, na verdade operam uma desistência de abarcar todas as possibilidades, o que, em termos da lógica de segmentação, significa uma renúncia a públicos consideráveis, contando até, que o público-alvo conectado procure em outras emissoras a complementaridade dos contatos de que necessite, sem que disso resulte obrigatoriamente uma desvinculação ao sistema proposto.

De toda forma, é necessário considerar, por fim, que é no processo de recepção que se realiza a forma teórica da programação como evento. A rejeição a um olhar hipodérmico sobre a comunicação social, implícito na tentativa de visualizar o grau de autonomia do agente situado no espaço público da sociedade, implica a complexa tarefa de identificar os movimentos de deriva, de diferenciação, manobrados pelos agentes receptores de forma racional e discursiva ou de forma vivencial e não verbalizada, construindo sentidos múltiplos para as emissões programáticas. Trata-se, sem dúvida, de um movimento que traz em si um aspecto contraditório intrínseco: o de buscar nominar o inominável, o que é, na perspectiva de Alain Badiou, uma tarefa de *forçamento*, típica da construção científica do conhecimento.

PARTE V

CONCLUSÃO

O evento, além das grades

Este trabalho pretendeu realizar um estudo da comunicação social, em uma perspectiva que reúne apropriações do sócio-interacionismo e da fenomenologia, a partir das programações de rádio e televisão. Para isso, procurou-se inicialmente desenvolver uma reflexão epistemológica que situasse as condições de possibilidade de uma cientificidade da comunicação, num quadro de transição pós-moderna, assumindo tal quadro, conforme Boaventura Santos, como um estado de indefinição com elevado valor heurístico. Assim, o tratamento dado às possibilidades da indefinição remetem ao que se convencionou chamar uma *epistemologia da incompletude*, orientada à admissão de um real sempre maior do que a capacidade de dizê-lo. Tal epistemologia é fundada nas categorias do *diálogo interparadigmático*, pelo qual se procura conceber as teorias como movimentos ou processos; das *rupturas parciais*, enxergando na incompletude o ponto de fuga das situações de rompimento; e da noção de *evento*, em Alain Badiou, como espaço de deriva do saber. Uma epistemologia da incompletude assume, nesse sentido, um rompimento mais amplo com o positivismo, ao admitir a natureza retórica da ciência, de acordo com a postulação de uma ciência pós-moderna, em Boaventura Santos. Estruturada como um modo de dizer a realidade, a articulação científica institui o método como argumento de justificação do auto-convencimento do pesquisador, ante o auditório especializado dos pares. Essa natureza intersubjetiva ou comunicativa da ciência é admitida como pressuposto neste trabalho, tendo em vista a sua explicitação metodológica e a coerência com a leitura proposta da própria comunicação.

Assim, a comunicação e a programação de rádio e televisão são apresentados, respectivamente, como os objetos teórico e empírico que se auto-estabelecem ao longo da

Dissertação, sem uma pretensão de exaustividade. Esse diálogo é proposto no sentido de se evitar equívocos, como o de obrigar o objeto empírico a se enquadrar num único modelo explicativo ou de migrar a uma descritividade desconectada de uma reflexão teórica mais ampla. E a despretensão de exaustividade, relacionada a uma proposta de incompletude epistemológica, passa a abrigar possibilidades marginais de construção da linguagem científica, como, principalmente, a utilização parcimoniosa do artifício da metáfora, capaz de abrir o discurso para uma multiplicidade ou uma pluralidade semântica, sendo este, provavelmente, o rompimento mais sério com o estatuto positivista. A metáfora abriga heurísticamente a possibilidade de atendimento às condições de verdade, mas conecta-se, por outro lado, fortemente, à pragmática dos atos de fala, por constituir-se numa figura cujo significado está irremediavelmente vinculado à interpretação do ouvinte. O que se busca essencialmente nesse esforço é a adoção de uma ciência comunicativa, ancorada numa epistemologia que abrigue os pressupostos da intersubjetividade e da deriva eventual, para, após a adequação desses instrumentos, abordar da forma mais coerente possível a comunicação e o objeto empírico sobre o qual este trabalho procura se debruçar.

Tais reflexões foram construídas simultaneamente à aplicação metodológica voltada para o objeto empírico e, às vezes, como consequência das dificuldades enfrentadas nesse percurso. Os critérios de estratificação das emissoras a serem pesquisadas tomou como pressuposto a validade da inclusão do rádio e da televisão dentro do mesmo quadro analítico, numa abordagem comparativa, chegando-se à concentração em seis, das vinte emissoras identificadas em Goiânia, levando em consideração, como categorias definidoras, a propriedade e a frequência, e como inferências pressuposicionais, a autonomia, a linha programática e as orientações segmentadoras e/ou especializantes. Foram as seguintes, após tais definições, as emissoras pesquisadas: as TVs Anhanguera/Globo, TBC/Cultura e Record; e as rádios: CBN-Anhanguera (AM), Aliança (AM) e Executiva (FM). O momento seguinte

foi o reconhecimento das programações, primeiro no plano discursivo, por via de gravações seletivas, e, depois – o que foi central para este trabalho – a relação intersubjetiva com os agentes programáticos, definidos em seis, por exclusiva conveniência metodológica: patrimoniais, profissionais, políticos, publicitários, propagandísticos e público, este último intencionalmente não abordado na pesquisa. Em tal relação, orientada a entrevistas e à observação não participante, utilizou-se, tão conscienciosamente quanto possível, a prática do auto-convencimento como orientador operativo, o que pôde ser descrito numa metáfora adaptada de Ítalo Calvino: no vôo da pesquisa, entrou-se como uma folha e se procurou sair como um pássaro, o que não se fez sem o enfrentamento de inúmeras dificuldades, relacionadas à complexidade e à dinâmica processual do objeto, aos obstáculos na instauração de uma relação comunicativa na interlocução com os agentes e às limitações subjetivas do pesquisador.

A abordagem conceitual da programação de rádio e televisão exigiu uma avaliação teórica plural e crítica. Isso porque foram identificados quatro conceitos básicos, metaforicamente nomeados e definidos dentro de diferentes perspectivas teóricas: o conceito de *grade*, o mais difundido, situado no senso comum da prática profissional, e de natureza estrutural-funcionalista; o conceito de *rito*, mencionado por Mônica Nunes, que se relaciona a uma interpretação com origens na antropologia da religião aplicada a sentidos gerais da experiência cultural profana; o conceito de *prática discursiva*, originado de estudos deste trabalho e que se vincula à construção sócio-lingüística em Norman Fairclough; e, por fim, o conceito de *evento*, aqui adotado, a partir de uma apropriação fenomenológica de índole pós-moderna, pela qual o gesto comunicativo constitui-se em deriva, no instante de sua publicização. As três primeiras noções contêm limitações que se procurou explicitar, mas são, apesar disso, incorporadas a este trabalho num quadro de ruptura parcial. O questionamento à noção de *grade* se dá por conta das insuficiências próprias do estrutural-funcionalismo, e, por

isso mesmo, relativizadas à categoria de meras faixas de controle da esfera administrativa. Os *ritos* abstraem-se da importante vinculação estratégico-instrumental das políticas de programação, identificadas na sustentação do interesse financeiro e nas relações políticas orientadas a fins, que engendram o perfil institucional das empresas no contexto capitalista; tal visão, porém, é aproveitável por identificar aspectos cíclicos e atualizadores da referencialidade dos públicos conectados. A *prática discursiva* limita-se aos formatos verbalizáveis, capazes de serem subsumidos na forma de textos, embora propiciem uma nada desprezível instrumentalidade metodológica rumo ao entendimento dos contextos sociais dentro dos quais os discursos são produzidos/realizados e consumidos/fruídos.

Por fim, a noção de *evento* pretende absorver o valor heurístico possível dos conceitos anteriores, ao reconhecer-lhes razões parciais ou os pontos de vista que oferecem para a visualização da complexa paisagem das programações. Ao subsumir a ambigüidade semântica de evento, tanto como ocorrência teleológica (inserida conceitualmente nos estudos de Relações Públicas), quanto como acontecimento dotado de imprevisibilidade (no âmbito de uma interpretação filosófica fenomenológica), o conceito, ao ser apropriado às programações de rádio e televisão, assume a perspectiva habermasiana de ambivalência potencial atribuída por esse autor às instituições de comunicação social (que ele ainda denomina “meios de comunicação de massa”), capaz de interligar sistema e mundo da vida em plexos simultâneos de construção de sentido. Um amplo leque de abordagens teóricas são abertas, a partir dessa noção.

A natureza deste estudo, porém, ao buscar a superação de uma abordagem estrutural-funcionalista das programações, desvincula-se, igualmente, de pretensões classificatórias de grades e programas, muito comuns em trabalhos correlatos, as quais, devidamente analisadas, são evidenciadas como úteis apenas a propósitos normativos instrumentais das administrações das emissoras, fracassando na razão direta de sua exaustividade, quando tais pretensões

passam a ser descritivas, dado o alto grau de arbitrariedade dos valores funcionais que operam como critérios delimitadores. A salvaguarda de um relato sistemático, após a desvinculação da pretensão classificatória, se dá pelo estudo das tendências programáticas, definidas como visualizações generalizantes de aspectos hegemônicos ou em movimento de homogeneização, e percebidas dentro de macro-contextos onde os agentes sociais estabelecem suas intersubjetividades produtoras de sentidos plurais, sendo tais relações tanto mais estratégico-instrumentais quanto mais tais agentes estejam vinculados às estruturas sistêmicas das instituições de comunicação social, e tanto mais comunicativas quanto mais se vinculem à condição de sujeitos concretos, imersos no cotidiano do mundo da vida.

Homogeneização e heterogeneidade são as macro-tendências observadas nas relações instituídas pelas programações, as quais, neste trabalho, passam a ser visualizadas a partir do macro-contexto da globalização, definida esta como o processo e o projeto expansionista do capitalismo moderno, marcado, no âmbito das comunicações, pela lógica da institucionalização e da emergência das novas tecnologias, e pela dialética contraditória do par conceitual homogeneização/heterogeneidade.

A abordagem sobre a institucionalização é trabalhada com base em Lavina Ribeiro, para quem a criação e a expansão de novas estruturas públicas de comunicação social promove alterações qualitativas e quantitativas, tanto no conceito de informação, quanto na magnitude das formas de auto-legitimação institucional dessas transformações. Entre tais alterações qualitativas, essa autora cita as modificações de gêneros e tipos de programação, abrangendo novas formas de dialogicidade pública, fundadas em linguagens verbais e não-verbais que ultrapassam o campo genérico abrangido pelo conceito de informação. Uma contribuição ao estudo das formas de institucionalização do rádio e da televisão é a passagem, descrita por Sérgio Capparelli, de um modelo fordista para um pós-fordista de televisão, modelo este caracterizado pela redução da presença do Estado, pelo surgimento da TV por

assinatura, pela segmentação do público via aumento da oferta de canais, a formação de aglomerados, o financiamento mediante mensalidades e custo medido, a concessão por critérios econômicos, a diluição das fronteiras e a convergência de interesses e técnicas entre a comunicação social e as comunicações em geral.

Ainda dentro da lógica da globalização nas comunicações, é interessante ressaltar o papel das novas tecnologias, que passou a constituir uma materialidade do processo da globalização, além de expandir e diversificar o objeto do estudo da comunicação para além da perspectiva da comunicação social, em direção ao que Murilo Ramos denominou as *comunicações*, incluindo as telecomunicações em geral e as redes computadorizadas. Constituída como materialidade do movimento globalizante, a emergência das novas tecnologias das comunicações se desdobra em quatro sentidos ou materialidades específicas: a acessibilidade (condições sociais de acesso), a disponibilidade (condições técnicas de conexão), a reticularidade (estruturação em redes) e a pulverização (fragmentação das possibilidades ideológicas e discursivas).

É dentro desses aspectos de materialidade específica das novas tecnologias das comunicações que se estruturam as macro-tendências, tratadas aqui como vinculadas à dialética da globalização, a *homogeneização* (movimento tendente à constituição de sentidos hegemônicos, pela estruturação em redes centralizadas) e a *heterogeneidade* (realidade plural da sociedade), como relacionadas, respectivamente, a sentidos globais ou globalizantes e locais. Nessa perspectiva, são identificadas duas mediações fundamentais, as quais comparecem como negociadores entre sentidos globais e locais: a *interatividade*, que tende à heterogeneidade, e a *segmentação*, que tende à homogeneização. As condições analíticas possibilitadas por tais categorias têm por objetivo garantir a presença relativa tanto dos aspectos produtivos/realizadores, quanto dos aspectos do consumo/fruição das programações,

a partir de uma perspectiva intersubjetivista capaz de contemplar a construção social do sentido.

Dentro desse amplo espectro teórico e metodológico, insere-se o relato da pesquisa empírica desta Dissertação. Pouca atenção se dá as *grades*, assumidas como simples faixas de controle da esfera administrativa das instituições, atentando-se sobretudo para a natureza das relações entre os diversos agentes programáticos, a partir do referencial sócio-interacionista e fenomenológico adotado. Destarte, foi possível concluir pela nítida tendência à instrumentalização das relações de trabalho, com variações conjunturais entre as diversas emissoras pesquisadas, observando-se, porém, que a própria figura do *manager*, identificada por Fernando Henrique Cardoso no processo industrial brasileiro, e confirmada por Renato Ortiz e Nélia Del Bianco para os âmbitos da cultura e da radiofonia, respectivamente, vem sendo paulatinamente superada pela formação de *tecnoestruturas*, conforme Galbraith, nas emissoras mais estruturadas.

Concluiu-se ainda que o agente político, que se vincula à construção de sentido das programações a partir do espaço privilegiado do Estado, localiza-se de modo plural, por via de interferências diretas e indiretas, em relações estratégicas mediadas ou não pelos agentes profissionais. Apesar das dificuldades oriundas da insuficiência de informações históricas sobre a contemporaneidade política goiana e da falta de pesquisas locais na área da comunicação, foi possível sistematizar de forma ligeira as formas – ou os *duplos* – do Estado, seja enquanto entidade jurídica abstrata ou pela presença política concreta de seus ocupantes, em sete papéis: o de proprietário monopolístico do espectro, operador, produtor, cliente, fonte privilegiada de informação, poder interventor e mediador e prestador de serviços. Tais papéis são superpostos, simultâneos e processuais, e nem sempre formalizados ou, até, vinculados à iniciativa dos agentes políticos, havendo casos em que se estabelecem no núcleo das condições de produção da informação.

Observou-se igualmente que as programações religiosas – relevantes por conta da recente e volumosa inserção dos evangélicos no rádio AM e da Igreja Universal do Reino de Deus na televisão – se situam num espaço intermediário e não raro indefinido entre o agir estratégico, orientado a movimentos conversionistas, e o agir comunicativo, interessado em estabelecer entendimentos dentro de quadros ideológicos compartilhados. Os agentes programáticos oriundos dos grupos religiosos atuam junto às diversas esferas de poder movimentadas pelos demais atores, a fim de conseguir espaços, gratuitos e pagos, e usualmente alimentam uma apreensão instrumentalista da comunicação. Entretanto, tanto a presença e o aperfeiçoamento dos discursos movidos pela racionalidade estratégica, quanto a busca por um discurso de tipo comunicativo, podem ser encontrados no interior dos movimentos religiosos e na relação que encetam a partir das programações de rádio e televisão.

Relativamente aos sentidos do jornalismo, o que se observou com relativa clareza nas emissoras pesquisadas é a ocorrência de uma alteração às vezes substancial nos modos como se dá a discursividade informativa, conforme se modifica a programação em geral. Além das alterações sofridas com o surgimento do rádio e, posteriormente, da televisão, houve, sobretudo, a transformação do jornalismo em apenas um dos gêneros do novo tipo de comunicação social, nem sempre hegemônico ou fundamental, apesar dos benefícios e das exigências que lhe dão diversas legislações específicas. Por essa razão, os formatos jornalísticos se inserem de forma diferenciada dentro das programações, pois estas são claramente marcadas pelo conflito nem sempre resolvido entre três lógicas díspares: a do jornalismo, a do *business* e a do show, gerando controvérsias muitas vezes marcadas pelo exagero, em torno de questões como a objetividade, o marketing e o espetáculo. Nesse sentido, pode-se registrar como tendência uma aliança demarcada do jornalismo com o *business*, no combate, até onde for possível ou, pelo menos, no plano da retórica, ao show.

Nessas condições, as programações estruturam a linguagem jornalística de forma peculiar, conforme a linha que assumam, tendo esta pesquisa observado três sentidos fundamentais: primeiro, a notícia em emissora não especializada em notícia, condição em que a informação se adequa à programação, assumindo uma conformação específica em razão de sentidos globais; segundo, a notícia em emissora especializada em notícia, situação em que a programação se adapta à discursividade jornalística; e, terceiro, a notícia em emissora não interessada em notícia (talvez um caso especial do primeiro tipo), condição que tende a desqualificar o formato noticioso, em função dos sentidos programáticos predominantes. Tais observações se deram sobretudo na radiofonia.

Uma atenção especial foi dada neste trabalho à música na comunicação social, especificamente por se tratar de uma construção de sentido que não se adequa às explicações fundadas na mediação verbal. Fez-se, inicialmente, uma revisão dos sentidos filosóficos e sociais da música desde a Antigüidade, momento em que se surpreendeu dois sentidos essenciais: o de revelação divina, de herança pitagórica e platônica, tanto em uma visão propedêutica, quanto numa apreensão romântica; e o sentido de técnica ou conjunto de técnicas expressivas, de tradição aristotélica, que prevaleceu na modernidade. Na verdade, a música jamais esteve ausente das programações de rádio e televisão, sendo lícito atribuir à indústria do disco grande responsabilidade pela sobrevivência do rádio, após o surgimento da TV. A música foi a arte mais significativamente afetada pelo surgimento do rádio, no começo do século, como também pela televisão em seguida. Os diferentes usos da música em rádio (programático, funcional e assimilativo) foram, todos eles, apropriados pela televisão, sendo que, nesta, o sentido programático se instaura na forma do vídeo-clip e da apresentação ao vivo, em que os elementos visuais irrompem criando significados novos e, às vezes, tornando-se mais importantes do que a própria música, embora de modo algum se desataviem dela. A tecnologia tem importância fundamental nesse processo, com a inclusão da música minutada,

do *jingles*, do vídeo-clip, da samplerização... A música, em rádio, ainda é a grande responsável pelas curvas do ibope, em processos de audiência que desencadeiam programações estreitamente vinculadas ao cotidiano dos públicos conectados.

A análise da publicidade nas programações de rádio e televisão faz emergir a questão do tautismo (contração de tautologia, autismo e autoritarismo), em Lucien Sfez, na comunicação social, pois é o aspecto programático onde mais visivelmente se dá a auto-referencialidade e a reiteração, como característica imperativa de discursividade. O questionamento teórico do tautismo pode ser feito a uma certa pressuposição hipodérmica com a qual esse conceito trabalha, na medida em que subsume que os aspectos produtivos da comunicação social implicam uma reverberação obrigatória nos processos de fruição, o que contradiz com uma conceituação de programação como evento, cuja verificação empírica ficou postergada aos estudos que darão seqüência a esta Dissertação, por dependerem da abordagem dos públicos conectados. Por tal razão, tal crítica se ergue na forma de hipótese de trabalho, definida pela proposição de que o jogo tautológico corresponde a uma tentativa insistente, porém muitas vezes inútil, de instaurar e manter o ouvinte/telespectador conectado, demonstrando não tanto uma relação monológica de poder, quanto uma dependência irremediável que essas instituições têm das audiências.

Tal dependência torna-se inequívoca ao se analisar a importância assumida pelos números divulgados junto aos agentes profissionais e publicitários das emissoras comerciais, os quais vivenciam níveis de extraordinária tensão, por conta da dança dos índices de audiência, nem sempre bem compreendidos por eles. Há um indício claro de que é tênue a fronteira entre referenciais controlados de pesquisa estatística e uma certa “numerologia mítica”, nos processos de interpretação, pelos diversos realizadores das programações de rádio e televisão em Goiânia, dos resultados tabulados pelo único instituto de pesquisa sediado na região. Entretanto, além desses índices, nem sempre inteiramente disponíveis a

todas as emissoras, todas as instituições instauram algum tipo de relacionamento com seus públicos, através de telefones, cartas e visitas, procedimentos através dos quais igualmente se constrói um perfil imaginário do ouvinte ou do telespectador, com o qual a programação passa a dialogar. Concluiu-se daí que há pelo menos dois tipos de ouvinte ou telespectador, para os agentes realizadores de programação: o receptor virtual e o receptor concreto, o primeiro construído a partir das intuições desencadeadas pelos números de pesquisa, e o segundo, pelo contato efetivo com as emissoras ou pelos momentos efêmeros de interatividade que os jogos programáticos propiciam.

Mesmo que a pesquisa voltada para a realização deste trabalho não tenha se ocupado com os processos de recepção, julgou-se útil proceder a um levantamento prévio de hipóteses, a partir das conclusões empíricas e teóricas da Dissertação. A primeira é a da concepção de um receptor ativo, porém não atuante, definindo um lugar mais privilegiado para o fenômeno da compreensão e da interpretação, pelo qual as programações assumiriam sua feição mais radical de espaço de deriva nos plexos do mundo da vida. A segunda hipótese, consequência da primeira, é a distinção da atividade do público em direta e indireta, sendo aquela a atividade atuante e esta, a atividade não atuante, porém construtora e modificadora de sentidos. Uma terceira hipótese é a da superposição, pela via de certas condições programáticas, de sentidos de segmentação, como se observou empiricamente em emissoras evangélicas, onde aparentemente ocorre uma segmentação anterior à movimentada pela comunicação social, propiciada pela igreja. Uma quarta possibilidade é a de que situações de elevada taxa de infidelidade de audiência (descritas sobretudo nas emissoras voltadas para público jovem) decorrem de relações de múltiplo sentido, nem sempre vinculadas a uma eventual postura racional e crítica, ideologicamente localizada.

Outras hipóteses poderão surgir, no processo de continuidade deste trabalho, em função da formação em nível de doutoramento do autor. O fio condutor, entretanto, é a

rejeição a um olhar hipodérmico, ainda que disfarçado, sobre a comunicação, implícito na tentativa de verificar a esfera pública instaurada com a presença social das instituições de comunicação social, como lugar de construção plural de sentidos múltiplos. Uma tentativa que, sem dúvida, constituirá, de alguma maneira, num *forçamento*, dentro da perspectiva de Alain Badiou, pois se movimentará no sentido de nominar o inominável, de identificar o evento e sistematizá-lo, até onde for possível.

Caso isso não seja de todo possível, mas se a validade teórica e epistemológica das proposições contidas neste trabalho se sustentar ao longo do tempo de seu prosseguimento, seria curioso verificar que o fracasso poderá comparecer confirmando a tese de que, além das grades, noção configuradora da metáfora do controle, há o evento; além do sistema, homogeneizante e pretensamente totalizador, o mundo da vida subsiste, recriando as heterogeneidades e modificando a história.

BIBLIOGRAFIA

- ABBAGNANO, Nicola (1963) **Dicionário de Filosofia**. Buenos Aires : Cultura Económica, 1975.
- ADORNO, Theodor W. (1963) *O fetichismo na música e a regressão da audição*. In: BENJAMIN, W.; ADORNO, T.; HORKHEIMER, M.; HABERMAS, J. **Textos escolhidos**. São Paulo : Abril Cultural, 1980. (Coleção Pensadores) (p. 165-191)
- ALBUQUERQUE, Afonso de (1994) *O horário gratuito de propaganda eleitoral e os spots políticos: particularidades do audiovisual político brasileiro*. In: BRAGA, José L.; PORTO, Sérgio D.; FAUSTO NETO, Antônio. **A encenação dos sentidos: mídia, cultural e política**. Rio de Janeiro : Diadorim : Compós, 1995.
- APPADURAI, Arjun (1990) *Disjunção e diferença na economia cultural global*. In: FEATHERSTONE, Mike. **Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade**. Petrópolis : Vozes, 1994. (p. 311-327)
- BADIOU, Alain (1993) **Para uma nova teoria do sujeito**. Rio de Janeiro : Relume-Dumará, 1994.
- BAGDIKIAN, Ben H. (1990) **O monopólio da mídia**. São Paulo : Scritta, 1993.
- BASTOS, Fernando (1987) **Panorama das idéias estéticas no ocidente (De Platão a Kant)**. Brasília : UNB.
- BASTOS, Fernando (1996) **Anotações em sala de aula, por Luiz Signates**. Brasília : UNB.

- BAZARIAN, Jacob (1970) **Intuição heurística: uma análise científica da intuição criadora**. São Paulo : Alfa-Ômega, 1986.
- BENJAMIN, Walter (1936) *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*. In: BENJAMIN, W.; ADORNO, T.; HORKHEIMER, M.; HABERMAS, J. **Textos escolhidos**. São Paulo : Abril Cultural, 1980. (Coleção Pensadores) (p. 03-28)
- BERRIGAN, John; FINKBEINER, Carl (1992) **Marketing de segmentação**. São Paulo : Makron Books, 1994.
- BESSON, Jean-Louis (1992) *As estatísticas: verdadeiras ou falsas?* **In:** BESSON, Jean-Louis (org.) **A ilusão das estatísticas**. São Paulo : Universidade Estadual Paulista, 1995. (p. 257-230)
- BLOOM, Allan (1987) **O declínio da cultura ocidental: da crise da universidade à crise da sociedade**. São Paulo : Best Seller, 1989.
- BOBBIO, Norberto (1976) **As ideologias e o poder em crise**. Brasília: Unb, 1994.
- BOBBIO, Norberto (1983) *Pluralismo*. **In:** BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política** (2º vol.). Brasília : Unb, 1995. (p. 928-933)
- BOURDIEU, Pierre (1973) *A opinião pública não existe*. **In:** THIOLLENT, Michel (1981) **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo : Polis.
- BRETAS, Maria B. A. S. (1996) **Sobre mamonas e outras sementes**. Compós 96.
- CALDAS, Waldenir (1977) **Acorde na aurora: música sertaneja e indústria cultural**. São Paulo : Editora Nacional.
- CALDAS, Waldenir (1987) **O que é música sertaneja**. São Paulo : Brasiliense.

- CAMPOS, Jorge (1996) *Apresentação*. In: FINGER, Ingrid. **Metáfora e significação**. Porto Alegre : Edipucrs.
- CAPARELLI, Sérgio (1982) **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo : Cortez.
- CAPPARELLI, Sérgio; SANTOS, Suzy dos; FERREIRA, Petrucia; FISCHER, Janaína (1997) **Estudo comparado da televisão pós-fordista e de sua regulamentação no Cone Sul**. Salvador : Ufba : Pretextos. (<http://www.ufba.br/pretextos>)
- CASSIRER, Ernst (1932) **A filosofia do Iluminismo**. Campinas : Unicamp, 1992.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1983) **La mediación técnica de la información radiofónica**. Barcelona : Mitre.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1991) **Géneros informativos audiovisuales**. Barcelona : FC.
- CERNE (1996) **TBC: Agora via satélite**. Goiânia. (Folder-revista institucional)
- CHACON, Paulo da C. P. (1982) **O que é rock**. São Paulo : Nova Cultural : Brasiliense, 1985.
- CHÂTELET, François; DUHAMEL, Olivier; PISIER-KOUCHNER, Evelyne (1982) **História das idéias políticas**. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor, 1985.
- CHAUÍ, Marilena (1995) **Convite à filosofia**. São Paulo : Ática.
- COMUNICAÇÃO&POLÍTICA (1989) **Proposta de uma política nacional de comunicação para o Brasil**. N. 9, 1/89. Rio de Janeiro : Cebela/CRDI : Forense Universitária.
- CONNOR, Steven (1989) **Cultura pós-moderna**. São Paulo : Loyola, 1993.
- CRUZ, Dulce Maria (1996) **Televisão e negócio: a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis : UFSC.

- CULTURA 20 ANOS (1989) Fundação Padre Anchieta (brochura de divulgação institucional)
- DANTAS, Marcos (1996) **A lógica do capital-informação: a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais**. Rio de Janeiro : Contraponto.
- DEL BIANCO, Nélia (1996) **Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas**. Londrina : Intercom 96. (paper)
- DUARTE, José C. S. (1996) **A vivência da festa e a “televivência” na mídia**. Compós 96.
- EXAME (1997) *Campeã de audiência: quem é e como chegou lá Marluce Dias da Silva, a mulher que pôs fim à era Boni na Rede Globo*. Ed. 651, Ano 31, n. 26, p. 100-106 (Reportagem de Capa)
- FAIRCLOUGH, Norman (1992) **Discourse and social change**. Cambridge : Polity Press, 1994.
- FEATHERSTONE, Mike (1990) **Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade**. Petrópolis : Vozes.
- FEATHERSTONE, Mike (1995) *Localismo, globalismo e identidade cultural*. **In: SOCIEDADE E ESTADO. Globalização e fragmentação**. Brasília : Departamento de Sociologia da UNB, n. 1, jan-jun/1997. (p. 9-42)
- FERREIRA, Aurélio B. de H. (1986) **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. Rio de Janeiro : Nova Fronteira.
- FINGER, Ingrid (1996) **Metáfora e significação**. Porto Alegre : Edipucrs.
- GALBRAITH, John K. (1977) **O novo Estado industrial**. São Paulo : Nova Cultural, 1997.

- GIDDENS, Anthony; BECK, Ulrich; LASH, Scott (1995) **Modernização reflexiva**. São Paulo : Unesp, 1997.
- HABERMAS, Jürgen (1961) **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1984.
- HABERMAS, Jürgen (1981) **The theory of communicative action** (V. 1 e 2). Boston : Beacon Press, 1989.
- HABERMAS, Jürgen (1983) **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1989.
- HABERMAS, Jürgen (1984) **Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos**. Madrid : Cátedra, 1994.
- HABERMAS, Jürgen (1991) **Passado como futuro**. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1993.
- HAGUETTE, Teresa M. F. (1987). **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis: Vozes.
- HAUSSEN, Doris F. (1993) **Rádio e imaginário: o uso “inteligente” do veículo feito por Vargas (Brasil) e Perón (Argentina)**. Vitória : XVI Intercom (GT Rádio). (fotocópia)
- HAUSSEN, Doris F. (1997) **Rádio e política: tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre : Edipucrs.
- HEIDEGGER, Martin (1964) *O fim da filosofia e a tarefa do pensamento*. **In:** HEIDEGGER, Martin. **Conferências e escritos filosóficos** (Coleção Os Pensadores). São Paulo : Abril Cultural, 1984. (p. 71-81)
- HOBBSBAUM, Eric (1994) **A era dos extremos: o breve século XX — 1914-1991**. São Paulo : Companhia das Letras, 1995.

- HOINEFF, Nelson (1996) **A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes**. Rio de Janeiro : Comunicação Alternativa : Relume-Dumará.
- IANNI, Octávio (1995) **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira.
- IMPrensa (1997) *Espaço garantido no futuro: profissionais concluem que a agilidade do radiojornalismo lhes assegura longa vida na era da comunicação*. Ano X, n. 118, jul/97, p. 75-88
- IMPrensa (1997a) *Quem tem audiência tem tudo: o fim da Lei de Imprensa e o sucesso do telejornalismo no Brasil em destaque*. Ano XI, n. 122, nov/97, p. 49-50.
- JAPIASSÚ, Hilton (1976) **Para ler Bachelard**. Rio de Janeiro : Francisco Alves.
- KONDER, Leandro (1988) **Walter Benjamin: o marxismo da melancolia**. Rio de Janeiro : Campos.
- KUHN, Thomas S. (1965) *Reflexões sobre meus críticos*. **In:** LAKATOS, Imre; MUSGRAVE, Alan (orgs.) **A crítica e o desenvolvimento do conhecimento: quarto volume das atas do Colóquio Internacional sobre Filosofia da Ciência, realizado em Londres em 1965**. São Paulo : Cultrix : Edusp, 1979. (p. 285-343)
- LALANDE, André (1926) **Vocabulário técnico e crítico da filosofia**. São Paulo : Martins Fontes, 1993.
- LENHARO, Alcir (1995) **Cantores do rádio: a trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo**. Campinas : Editora da Unicamp.
- MACIEL, Maria L. (1996) *Editorial*. **In:** SOCIEDADE E ESTADO. V. XI, n. 1, jan-jun/1996. (p. 5-6)
- MAFFESOLI, Michel (1996) **No fundo das aparências**. Petrópolis : Vozes.

- MARCONDES FILHO, Ciro (1992) **Investigação das bases e fundamentos para a constituição de uma nova teoria da comunicação**. São Paulo : USP. (Apostila)
- MARCONI, ; LAKATOS, Eva M. (1985) **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: ATLAS, 1986.
- MARTÍ i MARTI, Josep (1990) **Modelos de programación radiofónica**. Barcelona : Feed-Back.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1991) *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social*. **In:** SOUSA, Mauro W. (1994) **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo : Brasiliense, 1995.
- MASTERMAN, Margaret (1965) *A natureza do paradigma*. **In:** LAKATOS, Imre; MUSGRAVE, Alan (orgs.) **A crítica e o desenvolvimento do conhecimento: quarto volume das atas do Colóquio Internacional sobre Filosofia da Ciência, realizado em Londres em 1965**. São Paulo : Cultrix : Edusp, 1979. (p. 72-108)
- MEDINA, Cremilda (1990) *Jornalismo e epistemologia da complexidade*. **In:** MEDINA, Cremilda (org.) **Novo pacto da ciência: crise dos paradigmas: anais do 1º Seminário Transdisciplinar**. São Paulo : ECA/USP, 1991. (p. 193-205)
- MELDEN, A. I. (1961) **Free action**. Londres : Pautledge and Kogan Paul.
- MERAYO PÉREZ, Arturo (1992) **Para entender la radio: estructura del proceso informativo radifónico**. Salamanca : Universidad Pontificia de Salamanca.
- MOTTA, Roberto (1997) *Prefácio à edição brasileira*. **In:** RIVIÈRE, Claude (1995) **Os ritos profanos**. Petrópolis, Vozes, 1997.
- NUNES, Mônica R. F. (1993) **O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica**. São Paulo : Annablume.

- OLIVEIRA FILHO, Gesner J. (1997) *Apresentação*. **In:** GALBRAITH, John K. (1977) **O novo Estado industrial**. São Paulo : Nova Cultural, 1997.
- OLIVEIRA, Maria Honória D. de (1993) **Televisão: um marketing da fé**. Goiânia : UFG.
(Monografia, bacharelado em História)
- ORLANDI, Eni P. (1993) **Discurso e leitura**. São Paulo : Cortez.
- ORTIZ, Renato (1988) **A moderna tradição brasileira**. São Paulo : Brasiliense.
- ORTIZ, Renato (1994) **Mundialização e cultura**. São Paulo : Brasiliense.
- ORTIZ, Renato (1996) *Anotações sobre a mundialização e a questão nacional*. **In:** SOCIEDADE E ESTADO. **Globalização e fragmentação**. Brasília: Departamento de Sociologia da UNB, N. 1, Jan-jun/1996. (p. 43-56)
- ORTIRIWANO, Gisela S. (1983) *Rádio*. **In:** SILVA, Roberto P. de Q. **Temas básicos em comunicação**. São Paulo : Paulinas. (p. 65-69)
- ORTIRIWANO, Gisela S. (1985) **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo : Summus.
- PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie (1958). **Tratado da argumentação: a nova retórica**. São Paulo : Martins Fontes, 1996.
- PEROSA, Lílian M. F. de L. (1995) **A hora do clique: análise do programa de rádio Voz do Brasil da Velha à Nova República**. São Paulo : Anablume : ECA-USP.
- PIERRE, Francisco E. P. (1993) *A ajuda do Estado à Imprensa: análise do sistema brasileiro*.
Goiânia : UFG : Cadernos de Comunicação, V. 1, n. 1. (p. 05-58)
- PIERRE, Francisco E. P. (1993a) *Os objetivos da comunicação social na administração pública*. Goiânia : UFG : Cadernos de Comunicação, V. 2, n. 1, 1994. (p. 1-5)

- PINA FILHO, Braz W. P. de (1971) **Goiás: história da imprensa**. Goiânia : Departamento Estadual de Cultura.
- PINHO, José B. (1990) **Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas**. São Paulo : Summus.
- POPPER, Karl (1965) *A ciência normal e seus perigos*. **In:** LAKATOS, Imre; MUSGRAVE, Alan (orgs.) **A crítica e o desenvolvimento do conhecimento: quarto volume das atas do Colóquio Internacional sobre Filosofia da Ciência, realizado em Londres em 1965**. São Paulo : Cultrix : Edusp, 1979. (p. 63-71)
- PORTO, Mauro (1995) *Televisão, audiências e hegemonia: notas para um modelo alternativo na pesquisa de recepção*. Comunicação & política, v. III, n. 3, nova série, set-dez/1996. (p. 120-145)
- RABAÇA, Carlos A.; BARBOSA, Gustavo (1978) **Dicionário de Comunicação**. São Paulo : Ática, 1987.
- RAMOS, Murilo C. (1995) **Os processos de globalização e mundialização: tecnologias, estratégias e conteúdos**. Aracaju-SE : Intercom : III Colóquio Brasil-França.
- RAMOS, Murilo C. (1997) **Políticas públicas de comunicações: a crise de paradigmas revisitada**. Brasília : s/l. (paper)
- RAMOS, Murilo C.; MARTINS, Marcus (1995) **A TV por assinatura no Brasil: conceito, origens, análise e perspectivas**. Aracaju-SE : Intercom.
- REDE GLOBO (1997) **Manual de formatos**. s/l : Superintendência Comercial da Rede Globo.
- RIBEIRO, Lavina (1996) **Contribuições ao estudo institucional da comunicação**. Teresina-PI : Edufpi.

- RICOEUR, Paul (1977) **Interpretação e ideologias**. Rio de Janeiro : Francisco Alves, 1990.
- RIVIÈRE, Claude (1995) **Os ritos profanos**. Petrópolis, Vozes, 1997.
- ROBERTSON, Roland (1990) *Mapeamento da condição global: globalização como conceito central*. **In:** FEATHERSTONE, Mike. **Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade**. Petrópolis : Vozes.
- ROBERTSON, Roland (1995) *Glocalization: time-space and homogeneity-heterogeneity*. **In:** FEATHERSTONE, Mike; LASH, Scott; ROBERTSON, Roland. **Global modernities**. London : Sage Publications.
- ROCHA, Alexandre S. (1989) *Cientificidade e consenso: esboço de uma epistemologia a partir da teoria consensual da verdade de Jürgen Habermas*. **In:** OLIVA, Alberto (org.) **Epistemologia: a cientificidade em questão**. Campinas : Papirus, 1990. (p. 177-212)
- RODRIGUES, Adriano D. (1990) **Estratégias da comunicação**. Lisboa : Presença.
- RODRIGUES, Adriano D. (1993) **Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação**. Lisboa : Presença, 1994.
- RODRIGUES, Adriano D. (1997) **Entrevista a Luiz Signates**. Brasília : UNB. (Original)
- ROSANVALLON, Pierre (1991) *O Estado em Movimento*. **In:** SOCIEDADE E ESTADO. Brasília : Departamento de Sociologia – UnB, vol. 2, jul-dez/1991. (p. 9-18)
- ROSO, Sadi Dal (1996) **Anotações de Luiz Signates em sala de aula**. Brasília, UNB.
- RUBIM, Antonio C. (1994) *Media, política e eleições brasileiras de 1989 e 1994*. **In:** BRAGA, José L.; PORTO, Sérgio D.; FAUSTO NETO, Antônio. **A encenação dos sentidos: mídia, cultural e política**. Rio de Janeiro : Diadorim : Compós, 1995.
- RUBIM, Antonio C. (1995) **Idade mídia**. Salvador : Edufba.

- SANTOS, Boaventura de S. (1989) **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Porto : Afrontamento, 1990.
- SANTOS, Boaventura de S. (1995) **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. São Paulo : Cortez, 1996.
- SANTOS, Boaventura de S. (1997) **Anotações de Luiz Signates a palestra proferida em 10/06/97, em Brasília**. Brasília : texto original.
- SANTOS, Milton (1993) *O retorno do território*. **In:** SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. de; SILVEIRA, Maria L. **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo : Hucitec : Anpur, 1994.
- SFEZ, Lucien (1992) **Crítica da comunicação**. São Paulo : Loyola, 1994.
- SIGNATES, Luiz (1995) **Programação de Rádio Educativa Universitária: Algumas reflexões conceituais**. III Encontro Nacional De Rádios, Tvs E Produtoras Universitárias, Goiânia.
- SIGNATES, Luiz (1997) *A desconstrução da pesquisa da notícia: um caso em FM Classe A*. **In:** MAUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. **Jornal: da forma ao sentido**. Brasília : Paralelo 15.
- SILVA, Luís M. da (1995) **Estado, publicidade e sociedade**. Brasília : Departamento de Sociologia – UnB. (Tese de doutoramento)
- SOUSA, Mauro W. (1994) *Recepção e comunicação: a busca do sujeito*. **In:** SOUSA, Mauro W. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo : Brasiliense, 1995.
- SOUZA, Antonio M. A. de (1995) **Cultura rock e arte de massa**. Rio : Diadorim.
- STEIN, Ernildo (1991) **Epistemologia e crítica da modernidade**. Ijuí-RS : Unijuí.

- TAGG, Philip (1981) **On the specificity of musical communications: guidelines for non-musicologists**. Göteborg : Stenciled papers from the Gothenburg Musicology Department, n° 8115.
- VEJA (1997) *Estou começando: entrevista com José Bonifácio de Oliveira Sobrinho*. Ed. 1524, Ano 30, n. 48, 03/dez/1997, p. 9-11. São Paulo : Editora Abril.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1990) *Cultura é o sistema mundial: resposta a Boyne*. **In:** FEATHERSTONE, Mike (1990) **Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade**. Petrópolis : Vozes.
- WARREN, Steven (1984) **The programming Co-Op Operations Manual**. Fayetteville, Arkansas : The Programming Co-Op.
- WEIL, Pierre; D'AMBROSIO, Ubiratan; CREMA, Roberto (1993) **Rumo à nova transdisciplinaridade: sistemas abertos de conhecimento**. São Paulo : Summus.
- WOLF, Mauro (1985) **Teorias da comunicação**. Lisboa : Presença, 1987.
- WOLTON, Domenique (1990) **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo : Ática, 1996.
- ZAN, José R. (1993) *Padronização e diversificação na produção fonográfica*. In: BORELLI, Sílvia H. S. (org.) **Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa**. São Paulo : Intercom : CNPq : Finep, 1994. (p. 75-94)
- ZUCULOTO, Valci (1996) **As tendências do rádio na globalização e sob o impacto das novas tecnologias: a experiência da Rede Universitária de Rádio como exemplo de busca de espaço e função**. XIX Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação - Intercom, GT Rádio, Londrina.

ANEXO

Anexo 1 – Grades de programação

